

*Der Detailhandel mit Lebensmitteln
und die
Konsumgenossenschaften*

Historische Darstellung und kritische Würdigung
der schweizerischen Entwicklung

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Würde
eines Doktors der Staatswissenschaften
der Philosophisch-Historischen Fakultät
der Universität Basel
vorgelegt von

KARL WUNDERLE
von Basel

1957

Buchdruckerei VSK Basel

*Der Detailhandel mit Lebensmitteln
und die
Konsumgenossenschaften*

Historische Darstellung und kritische Würdigung
der schweizerischen Entwicklung

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Würde
eines Doktors der Staatswissenschaften
der Philosophisch-Historischen Fakultät
der Universität Basel
vorgelegt von

KARL WUNDERLE
von Basel



1957

Buchdruckerei VSK Basel

Genehmigt von der Philosophisch-Historischen Fakultät der Universität Basel auf Antrag der Herren Dr. HENRY FAUCHERRE und Prof. Dr. EDGAR SALIN.

Basel, den 17. Dezember 1954.

Prof. Dr. THEODOR BROGLE
Dekan

Von der vorliegenden Arbeit erscheinen gleichzeitig, unter dem Titel
«Konsumgenossenschaften und privater Detailhandel –
Historische Darstellung und kritische Würdigung der schweizerischen Entwicklung»,
zwei Buchhandelsausgaben,
die eine im Verlag des Verbandes schweiz. Konsumvereine (VSK), Basel,
die andere in der Reihe:
Staatswissenschaftliche Studien, herausgegeben von E. Salin und V. F. Wagner,
Neue Folge, Band 29, Polygraphischer Verlag AG, Zürich

Printed in Switzerland
Druck: Buchdruckerei VSK Basel
1957

INHALTSVERZEICHNIS

Abkürzungen	6
Vorwort	7
Einleitung: Aus der Gründungsgeschichte der Konsumvereine	9

ERSTER TEIL

Über die Entwicklung des Detailhandels und der Konsumgenossenschaften

Erstes Kapitel

Die Situation vor dem Ersten Weltkrieg	15
1. Die Konsumvereine	15
2. Die übrigen neuen Vertriebsformen im Detailhandel	21
3. Der mittelständische Detailhandel mit Lebensmitteln	23
a) Die wirtschaftliche Lage des Detailhandels	23
b) Der Zusammenschluss im Detailhandel	24
aa) Der «Verband schweizerischer Spezereihändler» (VSSp)	29
bb) Die Rabattbewegung	30
cc) Von den Einkaufsgenossenschaften des Detailhandels mit Kolonialwaren	32
4. Die Bedeutung der Konsumvereine als Preisregulatoren	32

Zweites Kapitel

Die Konsumgenossenschaften seit 1918	39
1. Die wirtschaftliche Lage der Konsumgenossenschaften unmittelbar nach dem Ersten Weltkrieg	39
2. Innere Wandlungen der Konsumgenossenschaften – Die Konsumgenossenschaften in den zwanziger Jahren	42
3. Die Konsumgenossenschaften in den dreissiger Jahren – Die Migros	48
4. Die Situation der Konsumgenossenschaften nach Beendigung des Zweiten Weltkrieges	52
5. Zur angeblichen Expansion der Konsumgenossenschaften	53

Drittes Kapitel

Die Entwicklung des mittelständischen Detailhandels mit Lebensmitteln seit 1918	61
1. Zum Problem der Übersetzung des Detailhandels	61

2. Die Organisationen des Detailhandels	66
a) Der «Schweizerische Detaillistenverband» (SDV)	66
b) Der «Schweizerische Verband der Lebensmittel-Detaillisten» (Veledes)	69
c) Die mittelständischen Einkaufsgenossenschaften	71
d) Die «Alimentation romande» (Alro)	74

ZWEITER TEIL

Die wirtschaftspolitischen Auseinandersetzungen um die Konsumgenossenschaften

Erstes Kapitel

Vor der Gründung der Spitzenorganisationen des Detailhandels mit Lebensmitteln	79
--	----

Zweites Kapitel

Die Zeit vor dem Ersten Weltkrieg	83
1. Polemische Auseinandersetzungen um die Konsumvereine	83
2. Die Forderungen des Detailhandels an Gesetzgebung und Verwaltung	86
a) Der «Beamtenstreit»	86
b) Der Kampf um die Wirtschaftsgesetzgebung	89
c) Steuerfragen	91

Drittes Kapitel

Die Zwischenkriegszeit.	92
1. Die Nachkriegszeit nach 1918	92
2. Vor der Wirtschaftskrise: Kommende Verständigung?	94
3. Die Krisenjahre	95
a) Der «Filialbeschluss»	95
b) Die Revision der Wirtschaftsartikel der Bundesverfassung	97
c) Die Ausgleichsteuer	99

Viertes Kapitel

Kriegsjahre und Nachkriegszeit	104
1. Der Kampf um gesetzgeberische Ordnungsmassnahmen im Detailhandel	104
2. Der Kampf um die Steuergesetzgebung	107
3. Von den publizistischen Auseinandersetzungen um die Konsumgenossenschaften in der Nachkriegszeit	111

DRITTER TEIL

Grundsätzliche Betrachtungen

Erstes Kapitel

Sind die Konsumgenossenschaften Erwerbsunternehmungen?	115
1. Erwerb im umfassenden Sinne des Detailhandels	115

2. Die Konsumgenossenschaften als Selbstversorgungsgemeinschaften oder «Haushalte»	117
3. Die Konsumgenossenschaften als versorgungswirtschaftliche Unternehmungen – Die genossenschaftliche Rückvergütung	120

Zweites Kapitel

Die Besteuerung der Genossenschaften	126
1. Grundsätzliches zur Besteuerung der Genossenschaften	126
a) Die Steuerpflicht der Genossenschaften	126
b) Gewinnsteuern und Genossenschaften	127
c) Die Frage der Wettbewerbsneutralität von Ertragssteuern	131
d) Die steuerliche Erfassung des «potentiellen Gewinns»	133
e) Ersetzung von Gewinnsteuern durch Kostensteuern?	136
2. Die Stellung der Genossenschaften in der heutigen steuerpolitischen Diskussion	138
a) Die Besteuerung von Rückvergütungen und Reserveeinlagen	138
b) Grundsätzliche Bemerkungen zu Steuervergleichen und zur Höhe der Steuertarife	140
c) Möglichkeiten praktischer Lösungen	142

Drittes Kapitel

Detailhandel und «Mittelstand»	145
1. Die «Mittelstandsidee»	145
2. Der Detailhandel in wirtschaftlicher und geistiger Auseinandersetzung mit den Genossenschaften	159
Literaturverzeichnis	165

ABKÜRZUNGEN

ACV	Allgemeiner Consumverein beider Basel
Alro	Alimentation romande
BIGA	Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit
EPK	Preisbildungskommission des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartementes
GV	Genossenschaftliches Volksblatt
SDV	Schweizerischer Detaillistenverband
SDZ	Schweizerische Detaillisten-Zeitung
SGV	Schweizerischer Gewerbeverband (Gewerbeverein)
SGZ	Schweizerische Gewerbe-Zeitung
SHG	Schweizerische Handelsgesellschaft Zürich-Oerlikon
SHZ	Schweizerische Spezereihändler-Zeitung
SKV	Schweizerischer Konsum-Verein
SRV	Schweizerischer Rabattverband
SWV	Schweizerisches Wirtschaftliches Volksblatt
Usego	Union Schweizerische Einkaufs-Gesellschaft Olten
Veledes	Schweizerischer Verband der Lebensmittel-Detaillisten
VO	Verordnung des Bundesrates
VOLG	Verband ostschweizerischer landwirtschaftlicher Genossenschaften
VSK	Verband schweizerischer Konsumvereine
VSSp	Verband schweizerischer Spezereihändler

VORWORT

Die vorliegende Arbeit will die wirtschaftspolitischen Auseinandersetzungen, die zwischen dem mittelständischen Detailhandel und den Konsumgenossenschaften in der Schweiz seit bald 100 Jahren geführt werden, historisch darstellen und kritisch würdigen. Hauptgegner der Genossenschaften war der mittelständische Detailhandel mit Lebensmitteln, vor allem der Spezereihandel. Auf ihn sei deshalb unser besonderes Augenmerk gerichtet. Probleme, welche allein Spezialbranchen (z.B. Kaffeespezialgeschäfte oder den sogenannten Gewerbehandel wie Bäckereien und Metzgereien¹) betreffen und nicht auch allgemeines Interesse beanspruchen, sollen nicht berührt werden.

Als «mittelständisch» bezeichnen wir jenen Detailhandel, der von rechtlich selbständigen Inhabern von Klein- und Mittelbetrieben geführt wird, in denen sie nicht bloss die Leitung innehaben, sondern selbst mitarbeiten. Sie mögen auch einige wenige Angestellte beschäftigen, betreiben aber in der Regel keine Filialen. In der Folge sei unter «Detailhandel» schlechthin in der Regel «mittelständischer Detailhandel» verstanden, während mit «Genossenschaften» im allgemeinen die Konsumgenossenschaften gemeint sind.

Die schweizerische Konsumgenossenschaftsbewegung wird weitgehend mit den dem VSK angeschlossenen Genossenschaften identifiziert. Es war deshalb notwendig, einen Überblick über die geschichtliche Entwicklung dieses Verbandes zu geben. Allerdings erhebt diese historische Darstellung keinen Anspruch auf Vollständigkeit; sie beschränkt sich vielmehr auf das zum Verständnis des Gesamtzusammenhanges unserer Arbeit unbedingt Notwendige. Eine vollständigere Darstellung der Geschichte des VSK vermittelt die ausgezeichnete Arbeit von Handschin².

Neben dem VSK bestehen noch einige wenige «wilde» Konsumvereine,

¹ Vgl. Fritz Marbach, Der schweizerische Lebensmittelhandel, in «50 Jahre VHTL 1904–1954», herausgegeben vom Zentralkomitee des Verbandes der Handels-, Transport- und Lebensmittelarbeiter der Schweiz, Zürich 1954, S. 48.

² Vgl. Hans Handschin, Der Verband schweiz. Konsumvereine 1890–1953, Basel 1954.

sowie die dem «Verband der Genossenschaften Konkordia der Schweiz» angeschlossenen Genossenschaften, die gesamtschweizerisch aber nur untergeordnete Bedeutung besitzen. Auch die Vermittlung von Konsumwaren durch den «Verband ostschweizerischer landwirtschaftlicher Genossenschaften» (VOLG) erreicht mengenmässig die Bedeutung der Umsätze der VSK-Genossenschaften bei weitem nicht. Die Migros-Genossenschaften fallen nicht in den Rahmen unserer Betrachtungen, die den «historischen» Konsumgenossenschaften und dem Detailhandel gelten.

An dieser Stelle möchte ich Herrn Dr. Henry Faucherre, Ehrendozent an der Universität Basel, meinen aufrichtigsten Dank für den regen Anteil, den er an der Entstehung meiner Arbeit genommen hat, aussprechen. Er hat mir nicht nur die Anregung zu diesem Thema gegeben, sondern ist mir auch stets mit wertvollem Rat beigestanden. Der gleiche Dank gebührt auch Herrn Prof. Dr. Edgar Salin für seine wichtigen Hinweise und seine wohlwollende Kritik. Nicht zuletzt ist es mir aber auch ein Bedürfnis, den Mitarbeitern im Schweizerischen Wirtschaftsarchiv, Basel, und in der Bibliothek des VSK zu danken für ihr Verständnis und die Hilfe, die sie mir beim Sammeln des Materials zu dieser Arbeit entgegenbrachten.

Der Verfasser der vorliegenden Arbeit hat sich bemüht, sein Thema möglichst objektiv zu behandeln. Bei einem Gegenstand, der noch immer im Mittelpunkt wirtschaftspolitischer Auseinandersetzungen steht, ist dies jedoch ein Vorsatz, der nur sehr schwer durchzuführen ist.

Wahrscheinlich lässt sich in den hier behandelten Fragen ein rein objektiver Standpunkt überhaupt nicht einnehmen – der persönliche Standpunkt des Verfassers wird wohl die Gestalt jeder derartigen Arbeit entscheidend beeinflussen. Aus diesem Grunde ist es wohl angebracht, dass ich bekenne, persönlich dem Genossenschaftsgedanken nahezustehen, und dass die Sympathie zum Genossenschaftswesen mich dazu geführt hat, diese Arbeit zu schreiben.

EINLEITUNG

Aus der Gründungsgeschichte der Konsumvereine³

Über die Vorgeschichte und die Gründungsphase der Konsumvereine liegt bereits eine ganze Reihe wertvoller Darstellungen vor⁴. Es ist nicht Aufgabe der vorliegenden Arbeit, hier etwa noch bestehende Lücken auszufüllen. Dieser kurze Rückblick auf die Gründungsgeschichte der Konsumvereine soll die bereits bestehenden Arbeiten nicht ergänzen, sondern vielmehr aus ihnen das kurz zusammenfassen, was für das Verständnis der Auseinandersetzungen zwischen den Genossenschaften und dem privaten Detailhandel wichtig ist.

Die Geschichte der Konsumvereine zeigt, dass die ersten Vereine auf sehr verschiedene Art entstanden sind. Eines war allerdings den meisten dieser Gebilde gemeinsam: sie gediehen vor allem dort, wo die industrielle Revolution breite Bevölkerungsschichten einer ausreichenden Selbstversorgungsbasis beraubt hatte, und besonders dann, wenn industrielle Krisen oder Teuerungen die ohnehin mehr als dürftigen Lebensbedingungen vor allem der Fabrikarbeiterschaft noch mehr verschlechterten.

³ Die Konsumgenossenschaften trachten heute darnach, die alte Bezeichnung «Konsumverein» durch «Konsumgenossenschaft» zu ersetzen. Das hängt teilweise mit taktischen Überlegungen zusammen (bessere Unterscheidung der Konsumgenossenschaften von Unternehmungen wie dem Konsumverein Zürich AG), aber sicher auch damit, dass der Ausdruck «Konsumgenossenschaft» den Charakter dieser Institutionen als «Gruppe im Sinne der Soziologie» (Draheim) besser ausdrückt.

In der vorliegenden Arbeit wurde für die neuere Zeit der Ausdruck «Konsumgenossenschaft» oder «Genossenschaft» schlechthin vorgezogen, während für die ältere Zeit der historische Name «Konsumverein» beibehalten wurde.

⁴ Vgl. *Hans Müller*, Die schweizerischen Konsumgenossenschaften, ihre Entwicklung und ihre Resultate, Basel 1896; *Hans Geiger*, Konsumgenossenschaftliche Bestrebungen in der Schweiz, Brugg 1920; *Karl Pettermand*, Der Allgemeine Consumverein in Basel, Basel 1920; *Henry Faucherre*, Umriss einer genossenschaftlichen Ideengeschichte, Basel 1925; *Arnold Schär*, Das Werk von Bernhard Collin-Bernoulli (Pioniere und Theoretiker des Genossenschaftswesens, Band IV), Basel 1935; *Hans E. Mühlemann*, Die Anfänge der schweizerischen Konsumgenossenschaftsbewegung, Diss. Bern 1939; *Franz Schwerz*, Der Kampf um gutes und billiges Brot, Die ältesten Wegbereiter unserer Konsumvereine, Basel 1944; *Friedrich Heeb*, Hundert Jahre Konsumgenossenschaften in den Kantonen Zürich und Schaffhausen, Basel 1952; *Handschin*, Der Verband schweiz. Konsumvereine, a. a. O.

Dass das Bedürfnis nach einer tatkräftigen *Konsumentenpolitik* wirklich bestand, um die bitterste Not der Fabrikarbeiterschaft wenn nicht zu beseitigen, so doch zu lindern, zeigen uns die Marktregulierungen und die direkten Verbilligungen der Preise notwendiger Lebensmittel, zu welchen sich die Stadt Basel schon im 18. Jahrhundert gezwungen sah. Später ließ das Bürgertum der Arbeiterschaft mitunter durch die Gründung von Fruchtvereinen und ähnlichen Organisationen Unterstützung. Ein besonderes Echo fand aber in weiten Gebieten der Schweiz die Entstehung des ersten Konsumvereins von Bedeutung, des *Konsumvereins Zürich* (1851).

Mit der Gründung von Konsumvereinen trat die Konsumentenpolitik in ein völlig neues Stadium ein. Hatten sich die Fruchtvereine auf Hilfeleistungen während der Zeit der ärgsten Not beschränkt und lösten sie sich wieder auf, sobald die Teuerung nachliess, so waren die Konsumvereine als dauernde Einrichtungen gedacht. Mit den Fruchtvereinen waren die bemittelten Bevölkerungskreise den Bedürftigen zu Hilfe geeilt, während nun die Konsumvereine – etwas grundsätzlich anderes – ideell auf dem Gedanken der Selbsthilfe beruhten. Rein wirtschaftlich gesehen war vom Fruchtverein zum Konsumverein allerdings bloss ein kleiner Schritt: beide bemühten sich, Lebensmittel zu den günstigen Bedingungen, die im Grosseinkauf zu erreichen sind, zu erwerben, um sie ohne Zwischenhandelsgewinne an Bedürftige abzugeben. Ideologisch bedeutete es aber einen sehr grossen Unterschied, ob diese Aktion in charitativer Weise von den wirtschaftlich führenden Kreisen organisiert wurde oder ob die Konsumentenschaft, die bisher noch nie bewusst gestaltend in das Wirtschaftsleben eingegriffen hatte, sich zu gemeinsamer Selbsthilfe zusammenschloss.

Tatsächlich hätte das Bestehen sozialer Not allein wohl kaum genügt, eine derart mächtige, auf dem Gedanken der Selbsthilfe beruhende Konsumvereinsbewegung zu schaffen, wie wir sie heute vor uns sehen. Es ist fraglich, ob der Gedanke, der Wille und die Fähigkeit der Arbeiter, auf eigene Faust Konsumentenpolitik zu treiben, dazu genügend ausgeprägt gewesen wären. Doch mancherorts erblickte man in den Konsumvereinen auch ein Instrument zur *sozialen Reform*. Deshalb wirkten bei der Gründung der Konsumvereine Sozialreformer, die oft aus bürgerlichen Kreisen stammten, entscheidend mit, und vor allem diese waren es, welche die Konsumvereine weiterführten, auch als deren unmittelbare konsumentenpolitische Bedeutung nach dem Abflauen der Teuerung sank. Mit der Idee der sozialen Reform stossen wir auf den zweiten Hauptpfeiler, der neben der Konsumentenpolitik die schweizerische Konsumvereinsbewegung seit Beginn getragen hat.

Der rasche Aufschwung, den der *Konsumverein Zürich* nahm, war nur

möglich, weil damals sowohl die Voraussetzungen für eine Konsumentenpolitik günstig waren – die Jahre um 1851 waren Teuerungsjahre – als auch Leute, vor allem *Karl Bürkli* und *Johann Jakob Treichler*, an der Spitze des Vereines standen, die, von sozialreformerischen Ideen erfüllt, mit vollem persönlichem Einsatz und mit kaufmännischem Geschick für den Verein arbeiteten und kämpften. Wo einem jungen Verein die ideelle Komponente fehlte, war meistens der nötige Elan, um die sicher einmal auftauchenden wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu überwinden, nicht vorhanden⁵.

In *Basel* sah sich der Staat schon während der Brotteuerung des Jahres 1771 zu konsumentenpolitischen Massnahmen genötigt, dann lösten ihn private gemeinnützige Vereinigungen in dieser Aufgabe ab, und später wurden sogar eigentliche Konsumvereine gegründet⁶. Zur dauerhaften Gründung eines Konsumvereins kam es aber auch hier erst, als während der Krise der Seidenbandindustrie im Jahre 1865 Männer den «*Allgemeinen Consumverein*» (ACV) gründeten, welche, von wirklich sozialreformerischem Geiste beseelt, ihr Vorhaben auch durchführten, als die Krise der Seidenbandindustrie nachliess und das Interesse am Verein innerhalb der Arbeiterschaft selbst erlahmte.

Als Ziel schwebte diesen Leuten, insbesondere dem eigentlichen Initianten des ACV, dem Grosskaufmann *Bernhard Collin-Bernoulli*, nicht bloss eine kurzfristige Überbrückung der Wirtschaftskrise vor. Sie erstrebten auch eine Verbesserung und Verbilligung der Warenvermittlung auf lange Sicht, sowie die Hebung der wirtschaftlichen Lage der Arbeiterschaft durch die Förderung der individuellen Spartätigkeit (vor allem durch das Mittel der genossenschaftlichen Rückvergütung) und eine Befreiung der Konsumenten von der drückenden Last der Verschuldung beim Kleinhandel durch konsequente Anwendung des Prinzips der Barzahlung⁷. Andere Genossenschaftspioniere – man denke an *Karl Bürkli*! – gingen noch viel weiter und sahen im Assoziationswesen einen Hebel zur Umformung der ganzen Wirtschaftsordnung.

Ohne den Schwung solcher Sozialreformer wäre vielleicht auch der ACV nach einiger Zeit wieder liquidiert worden wie manche andere Konsumvereine, die nicht so sehr von sozialreformerischem Ideengut getragen wurden. Die Konsumvereine bewegten die Massen anfänglich

⁵ Der Konsumverein Zürich war bereits kaufmännisch gut gefestigt, als ihm der ideelle Gehalt als Genossenschaft verloren ging.

⁶ Vgl. *Pettermand*, a.a.O., S.1–79; *Hans Joneli*, Die ersten Konsumvereine in Basel, SKV 1907, S.185–187 und S.194–197.

⁷ Vgl. *Arnold Schär*, a.a.O.; Veröffentlichung Nr.13 der *Preisbildungskommission des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartementes* (EPK), Die Verhältnisse im schweizerischen Lebensmittelkleinhandel (3.Heft), Bern 1935, S.3.

bloss in Zeiten der Teuerung und der Not; sobald sich die wirtschaftliche Lage besserte, bedurfte es des Idealismus von Leuten, die oft an der Konsumentenpolitik nicht selbst unmittelbar interessiert waren, um den Verein weiterzuführen.

In den siebziger Jahren erfuhr die Konsumvereinsbewegung durch zahlreiche Neugründungen eine kräftige Entwicklung. Manche dieser neugegründeten Vereine fussten sehr stark auf sozialreformerischem, ja sogar sozialistischem Gedankengut, vor allem die Zürcher «Arbeitervereine». Andere Vereine hingegen wurden hauptsächlich auf Grund von sozial- und konsumentenpolitischen Erwägungen gegründet. Neben den sozialistischen Arbeiterkonsumvereinen standen also Vereine mit rein konsumentenpolitischen Zielsetzungen, in denen nicht selten das bürgerliche Element überwog.

Die Gründung des «*Verbandes schweizerischer Konsumvereine*» (VSK) im Jahre 1890 bedeutete für die geschäftliche und ideologische Festigung der Konsumvereine einen entscheidenden Schritt. Der VSK entwickelte sich nicht nur wirtschaftlich zu einer unentbehrlichen Stütze der Konsumvereine, es gelang ihm auch, diese ziemlich heterogene «Gesellschaft» auf der Grundlage der Prinzipien des *Rochdaler* Konsumvereins (1844) organisatorisch und ideologisch zu vereinheitlichen. Zudem trug der VSK durch die Förderung der Gründung neuer Vereine zur Ausbreitung der Konsumvereinsbewegung in der Schweiz wesentlich bei.

ERSTER THEIL

ÜBER DIE ENTWICKLUNG
DES DETAILHANDELS
UND DER KONSUMGENOSSENSCHAFTEN

DIE SITUATION VOR DEM ERSTEN WELTKRIEG

1. Die Konsumvereine

Die Konsumvereinsbewegung nimmt ihren Anfang mit der Gründung des Konsumvereins Zürich im Jahre 1851. Wenn auch manche der Vereine, die danach in einigen Landesgegenden wie Pilze aus dem Boden schossen, an wirtschaftlichen Schwierigkeiten scheiterten, so breitete sich die Bewegung darauf doch sehr rasch aus. Von den 568 Genossenschaften, die Ende 1953 dem VSK angehörten, waren entstanden:

Tabelle 1

Die Entstehung der Genossenschaften von 1850 bis 1919

Jahre	Konsumvereine
1850–1859	4
1860–1869	20
1870–1879	28
1880–1889	18
1890–1899	71
1900–1909	127
1910–1919	167 ¹

Natürlich bewältigten diese Vereine nur einen sehr kleinen Teil des gesamten schweizerischen Detailumsatzes mit Lebensmitteln. Dies hilft mit zu erklären, warum es bei der Mehrzahl der privaten Detaillisten so grosser Anstrengungen bedurfte, um sie von der «Konsumvereinsgefahr» zu überzeugen und sie zum Kampfe gegen die Konsumvereine zu begeistern. Eine sichtbare Gefahr bildeten die Konsumvereine für den Detailhandel damals erst in Konsumvereinszentren wie Basel, Zürich, Luzern oder in kleineren Ortschaften mit starken Konsumvereinen wie Biel oder Olten. Aber die Warner sahen schon richtig: stellten die damals bestehenden Konsumvereine in vielen Gegenden und Ortschaften für den

¹ *Taschenkalender des VSK* 1955, S. 149.

Detailhandel noch keine *unmittelbare* Gefahr dar, so war die Expansion dieser Bewegung doch für jeden Detaillisten bedrohlich.

Die meisten Konsumvereine vereinigten sich zu Genossenschaftsverbänden, die für die angeschlossenen Vereine den gemeinsamen Gross-einkauf übernahmen. Der weitaus wichtigste dieser Verbände ist der 1890 gegründete «*Verband schweizerischer Konsumvereine*» (VSK), dessen «Zentralstelle» für den gemeinsamen Einkauf ihre Tätigkeit im Jahre 1892 aufnahm. Daneben ist der «*Verband der Genossenschaften Konkordia der Schweiz*» zu nennen, der, 1909 gegründet, die christlichsozialen Konsumvereine umfasst. Diese, als ein Ergebnis und ein Instrument der katholischen Sozialpolitik, schlossen sich dem VSK vor allem deshalb nicht an, weil sie ihn als sozialistischen Einflüssen unterworfen erachteten. Als dritter Konsumvereinsverband ist der 1886 als Verband landwirtschaftlicher Verwertungsgenossenschaften gegründete «*Verband ostschweizerischer landwirtschaftlicher Genossenschaften*» (VOLG) zu erwähnen, der seit 1890 durch seine örtlichen Genossenschaften auch «Konsumläden» unterhält².

Die zahlenmässige Entwicklung dieser Genossenschaftsverbände mögen folgende Zahlen darstellen:

Tabelle 2
Die Entwicklung der VSK-Genossenschaften von 1890 bis 1920

Jahr	VSK- Genossenschaften	Mitglieder	Läden	Umsätze der Genossenschaften in 1000 Fr.
1890	43			
1900	116	83 500	419	32 725
1905	204	141 300	671	54 436
1910	328	213 000	1 008	101 000
1915	407	286 000	1 409	134 243
1920	493	363 400	1 824	325 957 ³

Wie das für jede junge Bewegung kennzeichnend ist, war die Wachstumsrate des VSK in den ersten Jahren sehr hoch, fiel dann aber, als

² Vgl. *VOLG*, Festschrift zur Feier seines 25jährigen Bestehens 1896–1911, Brugg 1911; *EPK*, Veröffentlichung Nr. 12, Die Verhältnisse im schweizerischen Lebensmittelkleinhandel (2. Heft), Bern 1935, S. 21, und Veröffentlichung Nr. 11, Die Verhältnisse im schweizerischen Lebensmittelkleinhandel (1. Heft), Bern 1934, S. 14–18; *Ernst Durtschi*, *VOLG Winterthur*, Festschrift zum 50jährigen Bestehen 1896–1936, Winterthur 1936; *Heini Robert Küng*, *Der VOLG als Produktions- und Absatzgenossenschaft und seine wirtschaftliche und soziale Bedeutung für die Landwirtschaft in der Nordostschweiz*, Diss. Basel 1948.

³ *Genossenschaftliches Jahrbuch* 1955, S. 74.

die Bewegung älter wurde. Immerhin stieg auch noch im Jahrfünft zwischen 1915 und 1920 die Zahl der dem VSK angeschlossenen Konsumvereine um 21%, diejenige ihrer Mitglieder um 27% und der Verkaufslokale um 29%, während der Umsatz, unter Berücksichtigung der Teuerung⁴, sich um 29% erhöhte. Bei der Steigerungsquote der ersten Jahre ist auch zu berücksichtigen, dass damals viele neu eintretende Vereine keine Neugründungen darstellten, während später die meisten neu aufgenommenen Vereine im Aufnahmejahr oder doch nur wenige Jahre zuvor entstanden waren.

Die «Konkordia-Genossenschaften» haben sich folgendermassen entwickelt:

Tabelle 3

Die Entwicklung der «Konkordia-Konsumvereine» von 1902 bis 1920/21

Jahr	Vereine	Läden	Umsätze in 1000 Fr.
1902	1	1	13
1905	6	6	180
1910/11	22	36	1693
1915/16	34	60	2893
1920/21	79	174	13029 ⁵

Die entsprechenden Zahlen für den VOLG lauten:

Tabelle 4

Die Entwicklung der VOLG-Genossenschaften mit Konsumwarenvermittlung von 1895 bis 1920

Jahr	Vereine	Mitglieder	Läden	Umsätze der Genossenschaften in 1000 Fr.
1892	erstmalig Vermittlung von Konsumwaren			
1895	58	4431	112	2052
1900	98	6896	155	2577
1905	115	7929	176	3634
1910	135	10406	231	5649
1915	167	13192	297	8310
1920	206	18605	376	25285 ⁶

⁴ Der vom VSK berechnete Index der Lebenshaltungskosten war von 129,4 Punkten im März 1915 auf 244,4 Punkte im März 1920 gestiegen.

⁵ Mitteilung des «Konkordia-Verbandes» an den Verfasser.

⁶ Mitteilung des VOLG an den Verfasser.

Die meisten Konsumvereine hatten sich seit ihrer Gründung als parteipolitisch neutral erklärt. Im Jahre 1900 bzw. 1909⁷ schrieb der VSK seinen Vereinen die parteipolitische und konfessionelle Neutralität statutarisch vor, so dass sich auch die wenigen Vereine, die sich zu sozialistischen Parteien bekannt hatten, das Neutralitätsprinzip zu eigen machen mussten.

Parteipolitische Neutralität bedeutet natürlich keineswegs auch Neutralität in wirtschaftspolitischen Fragen. Der VSK mit seinen Mitgliedsvereinen war wirtschaftspolitisch keineswegs neutral, sondern sah seine Mission vielmehr in der Führung einer *aktiven Konsumentenpolitik*. Darin erblickte man die Rechtfertigung des Eingreifens der Konsumvereine in den Detailhandel. Ein neuer Unternehmungstyp wie die Konsumvereine, der die alten Unternehmungen bedrohte und deshalb soziale Spannungen hervorrief, konnte sich nicht allein mit dem Hinweis rechtfertigen, er leiste die gleichen Dienste wie die alteingesessenen Unternehmungen, sondern er musste noch zusätzliche Vorteile bringen, welche die sozialen Schäden der Verdrängung und der Umstellung überwogen.

Die Neigung vieler Konsumenten, ihrem gewohnten Detaillisten treu zu bleiben, wenn die neuen Betriebsformen nicht ganz wesentliche Vorteile bieten, fusst aber nicht allein auf derartigen Überlegungen, sondern sie ist auch auf einen konservativen Sinn und ein gewisses Trägheitsmoment, eine Abneigung gegen anscheinend willkürliche Veränderungen, zurückzuführen. Auch wenn man sich in der Frühzeit der Konsumvereine bewusst gewesen wäre, dass angesichts des sich rasch ausdehnenden Marktes für Lebensmittel Konsumvereine entstehen konnten, ohne eingesessene Detaillisten zu verdrängen und so soziale Schäden hervorzurufen, wäre es den Konsumvereinen infolge dieser psychologischen Hindernisse wohl kaum möglich gewesen, sich durchzusetzen, hätten sie den Konsumenten nicht ganz wesentliche materielle Vorteile geboten.

Aus diesen Gründen ist es wohl verständlich, dass die Konsumvereine damals eine sehr aggressive und einseitige Konsumentenpolitik trieben. Dazu sind zu zählen alle Bemühungen zu möglichst günstigem Einkauf durch rationellen Grosseinkauf und durch Preisdruck auf die Produzenten, sowie das Bestreben, durch rationellere Gestaltung der Warenvermittlung die Vermittlungskosten und damit die Detailpreise zu senken,

⁷ Im Jahre 1900 nahm der VSK den Grundsatz der parteipolitischen Neutralität in die «Normalstatuten» für neue Verbandsgenossenschaften auf und erklärte diese Bestimmungen als Bedingung für die Aufnahme in den Verband, und 1909 wurde der Neutralitätsgrundsatz auch in den Verbandsstatuten verankert. (Vgl. *Thedy Gauer*, Die politische und konfessionelle Neutralität als Grundsatz des VSK und der ihm angeschlossenen Konsumgenossenschaften, Diss. Bern 1951, S.63/64; *Handschin*, «VSK», a.a.O., S.88 und S.123.)

bzw. eine hohe Rückvergütung auszusahlen. Zudem versuchten die Konsumvereine immer wieder, auch die politischen Behörden zu einer konsumentenfreundlicheren Haltung zu veranlassen – erwähnt seien vor allem die Bemühungen zur Senkung der Einfuhrzölle auf Lebensmitteln⁸.

Die soziale Besserstellung vor allem der Arbeiterschaft stellte zweifellos das vornehmste Ziel der Konsumvereine dar. Aber auch bei einem Erlahmen ihrer echt sozialpolitischen Bestrebungen wären die Konsumvereine zu einer solchen aktiven Konsumentenpolitik gezwungen gewesen, hätten sie sich nicht selbst aufgeben wollen. Es bestand nicht bloss der Wille zu dieser aktiven Konsumentenpolitik, sondern auch ein Zwang dazu.

Auf diesen Zwang mag man auch gewisse konsumentenpolitische Übertreibungen und Einseitigkeiten der Konsumvereine zurückführen. So übten sie oft auf kleine Produzenten einen schwer erträglichen Preisdruck aus und gingen über gesamtwirtschaftlich gerechtfertigte Interessen, z. B. auch der Landwirtschaft, unter Umständen hinweg.

Allerdings stellte die aktive Konsumentenpolitik nicht den einzigen Weg dar, auf dem die Konsumvereine versuchten, sich Anhänger zu gewinnen. Trotz ihrer parteipolitischen Neutralität betrachteten sie sich als Repräsentanten eines neuen, nicht auf dem Prinzip des Gewinnes, sondern dem Prinzip der Dienstleistung beruhenden *Wirtschaftssystems*. Sie sahen ihre Mission nicht bloss darin, sozialpolitisch wohl tätig zu wirken, sondern manche Genossenschafter erblickten in der Konsumgenossenschaftsbewegung ein Mittel, eine gerechtere Wirtschaftsordnung herbeizuführen. Neben den bürgerlichen Sozialreformern gewannen die Leute vermehrt Einfluss, welche, im Anschluss etwa an Gedanken von Owen, von Fourier oder anderen Frühsozialisten, in der Genossenschaft ein Mittel auch zur Wirtschaftsreform sahen. Der ideologische Flügel innerhalb der Genossenschaften verband den Gedanken einer auf der Dienstleistung und nicht auf dem Erwerb beruhenden Wirtschaft mit der sittlichen Kraft des Assoziationswesens, des Gemeinschaftsgedankens. Neben den sozialpolitischen Zielsetzungen der Konsumentenpolitik standen die Konsumvereine, oder doch mindestens eine sehr starke Richtung von Genossenschaftern, auch im Dienste der Idee einer evolutionären Umgestaltung der Wirtschaftsordnung. *Johann Friedrich Schär*, der damalige Präsident des VSK, drückte dies an der Delegiertenversammlung des VSK in St. Gallen im Jahre 1895 folgendermassen aus:

⁸ Vgl. *Alfred Stadelmann*, Die Beziehungen der schweizerischen Konsumgenossenschaften zur einheimischen Landwirtschaft, Diss. Basel 1940, S. 26 ff.

«Gross, unendlich gross ist noch die Aufgabe, die vor uns steht; die Konsumvereine, auch die bestorganisierten, stehen noch am Anfang ihrer hohen Kulturaufgabe. Denn nicht darin gipfelt die Aufgabe der Konsumvereine, möglichst billig Kaffee und Zucker zu verkaufen und den erzielten Gewinn unter die Mitglieder zu verteilen. Die Konsumvereine haben vielmehr die Aufgabe, in dem gewaltigen Ringen der Völker nach einer bessern Zukunft, wenn nicht eine erste, so doch eine hervorragende Rolle zu spielen.»⁹

Genossenschaftliche Utopisten hatten von einer vollständigen Durchdringung der Wirtschaft durch die Genossenschaften geträumt. Auch Dr. Hans Müller, Verbandssekretär des VSK von 1897 bis 1907, dachte zweifellos daran, die Konsumvereine sollten nach und nach den gesamten Handel und schliesslich auch die Produktion übernehmen. Über dieses Endziel sprach er sich einmal wie folgt aus:

«Kurz, auf der Grundlage der Konsumgenossenschaften lässt sich der Kapitalismus im Handel und in der Produktion so gut wie vollständig vernichten, kann das gesamte Wirtschaftsleben nach sozialistischen Grundsätzen organisiert und verwaltet werden... Jede wirkliche Konsumgenossenschaft, die demokratisch verwaltet wird und die Verteilung des Reingewinns nach Massgabe der Konsumation vornimmt, ist bereits ein Stück sozialistisches Neuland in dem uferlosen Meer des Kapitalismus. Indem die Genossenschaften wachsen und wachsen, bilden sie allmählich grosse Inseln, durch deren Zusammenschluss endlich ein sozialistischer Weltteil, eine sozialistisch organisierte Gesellschaft entsteht.»¹⁰

Von der Doktrin der sozialistischen Parteien unterschied sich diese Auffassung vor allem dadurch, dass sie die Reformen nicht auf dem Wege der Revolution und auch ohne Anwendung staatlichen Zwanges durchsetzen wollte. Die neue gerechtere Wirtschaftsordnung sollte vielmehr durch eine Umerziehung der Konsumenten zu den genossenschaftlichen Idealen gefördert werden, sie sollte nicht wie der Staatssozialismus auf der staatlichen Autorität und nicht wie der Kapitalismus auf der Macht des Kapitals beruhen, sondern von unten her auf der freiwilligen Kooperation der Konsumenten aufbauen¹¹. Allerdings konnte man auf dem ideologischen Flügel der Konsumvereine die Frage, wie die neue bessere Wirtschaftsordnung konkret aussehen und funktionieren sollte, keineswegs klar beantworten. Auch blieb das Problem offen, ob eine so rasche Ausdehnung der Genossenschaften, wie sie diesen Theoretikern vorschwebte, wirklich zu einer auf der Grundlage freiwilliger Zusammenarbeit organisierten Wirtschaft führt und nicht zu einer Wirtschaft, auf welche die wirtschaftliche Macht der Spitzen der Genossenschaftsverbände entscheidenden Einfluss ausübt. Man sah die Gefahr nicht, dass

⁹ Müller, «Konsumgenossenschaften», a. a. O., S. 353.

¹⁰ Hans Müller, Die Stärkung der Gewerkschaftsbewegung durch die Genossenschaften, Zürich 1896, S. 56.

¹¹ Vgl. Faucherre, «Ideengeschichte», a. a. O.; Charles Gide, Das genossenschaftliche Programm und die sozialistischen Schulen, Basel 1927.

die Wirklichkeit einer «vergenossenschaftlichten Wirtschaft» von den demokratischen äussern Formen der Rechtsinstitution «Genossenschaft» abweichen kann, wenn die äussere Entwicklung der Genossenschaftsbewegung im wirtschaftlichen Konkurrenzkampf so rasch vorangetrieben wird, dass ihr die genossenschaftliche Erziehungsarbeit nicht mehr zu folgen vermag.

Gewiss sahen manche Konsumenten schon in der Genossenschaftsideologie Grund genug, um die Konsumvereine bei ihren Einkäufen zu berücksichtigen, besonders wohl Konsumenten aus den ideologisch geschulten Teilen der Arbeiterschaft. Ohne die Bedeutung der Genossenschaftsideologie zu verkennen, kann aber angenommen werden, dass diese allein die Konsumvereinsbewegung niemals zum Erfolg hätte führen können, sondern dass eine aggressive Konsumentenpolitik für die Konsumvereine der Zeit vor 1914 wirklich unbedingt erforderlich gewesen war.

2. Die übrigen neuen Vertriebsformen im Detailhandel

Um die Gefahr, welche dem Detailhandel durch die neue Konkurrenz drohte, zu beurteilen, darf man nicht auf die Konsumvereine allein abstellen. Die kapitalistische Entwicklung der Produktion von der handwerklichen Einzelerzeugung zur fabrikmässigen Massenproduktion, die durch die Entstehung eines gleichförmigen Massenbedarfes ermöglicht worden war, musste auch neue erwerbswirtschaftlich orientierte Detailvertriebsformen entstehen lassen. Der alte Detailhandel mit seinen alt-hergebrachten geruhsamen Geschäftsmethoden und seinem wenig umfangreichen Sortiment war den neuen Erfordernissen nicht mehr gewachsen. Das allmähliche Schwinden der Selbstversorgungsbasis weiter Bevölkerungskreise liess diese vom Detailhandel abhängiger werden. Dessen Unzulänglichkeiten, die sich zudem durch das beginnende Einströmen ungeeigneter Leute in diesen Beruf vergrösserten, wurden deshalb immer stärker empfunden.

Der Absatz der industriellen Massenprodukte erforderte eine ganz andere Dynamik, als sie dem mittelständischen Detailhandel eigen war. Es genügte nicht mehr, wie es der Detailhandel bisher gewohnt war, auf den Kunden zu warten, die Ware musste vielmehr dem Publikum angeboten, aufgedrängt werden. Das neue Prinzip «grosser Umsatz – kleiner Nutzen» musste notwendig die persönlichen Beziehungen des Detaillisten nicht nur zu seiner Kundschaft, sondern auch zu seiner Ware zerstören. Damit schwand aber auch das Verantwortungsgefühl gegenüber dem

Kunden, das dem Händler «alten Stils¹²» geboten hatte, nur preiswerte Waren zu liefern – ein wichtiger Damm, der hätte mithelfen können, die neue Verkaufsdynamik vor dem Abgleiten ins Unreelle zu bewahren, war damit gebrochen!

Allerdings hatten auch im alten Detailhandel, gerade im Detailhandel mit Spezereien, unlautere Praktiken, wie die Warenabgabe zu minderem Gewicht und in ungenügender Qualität, einzureissen begonnen – bei den meisten als Folge wirtschaftlicher Not, bei einigen auch als Folge schnöder Profitsucht. Das Verantwortungsgefühl gegenüber Ware und Kunde war auch im alten Detailhandel im Schwinden begriffen. Aber es handelte sich hier um Entartungen; jeder Detaillist, der sich zu derartigen Machenschaften herbeiliess, war sich zweifellos bewusst, damit unrecht zu handeln. Dieses Bewusstsein fehlte den kapitalistischen Detailhandelsunternehmungen bei den Geschäftsmethoden, die man ihnen als illoyal vorwarf; diese «illoyalen» Methoden stellten keine Verirrungen dar, sondern waren weitgehend systembedingt.

Es war gewiss nicht ein blosses Nichtverstehen-Wollen oder Nichtverstehen-Können, nicht bloss eine entschuldbare Engstirnigkeit von der Verdrängung Bedrohter, wenn die mittelständischen Detaillisten gegen die neuen Vertriebsformen mit dem Vorwurf des unlauteren Wettbewerbes vorgingen und für sich entsprechende staatliche Schutzmassnahmen forderten. Sicherlich mit Recht beanstandeten sie, wenn dem Kunden zu äusserst tiefen Preisen und unter den unwahrscheinlichsten Versprechungen Waren minderer Qualität angeboten wurden, wie das die Praxis vor allem des nicht sesshaften Handels, der sogenannten «Wanderlager», war. Ähnlich verhielten sich aber auch gegen Ende des 19. Jahrhunderts aufkommende Warenhäuser, denen vor allem eine betrügerische Ausverkaufspraxis vorgeworfen wurde. Auch dem alten Hausiererstand und den neuen Detailreisegeschäften, natürlich aber auch den modernen Abzahlungsgeschäften, hielt man vor, die Kunden durch Gewährung bloss scheinbarer Vorteile zu unüberlegten Käufen zu verleiten und den überkommenen Handelsstand auf illoyale Weise aus dem Geschäft zu verdrängen. So konnte der gewerbliche Kleinhandel anfangs den Kampf gegen die neuen Detailhandelsformen unter dem Titel des unlauteren Wettbewerbes führen, die tiefere ökonomische Bedeutung und Berechtigung der Warenhäuser und der Filialunternehmungen verkennend. Auch die Konsumvereine wurden mit dieser illustren Gesellschaft der unlautern Konkurrenten in einem Atemzuge genannt, allein schon weil auch sie eine neuartige Form des Detailhandels verkörperten.

¹² Vgl. Fritz Marbach, *Theorie des Mittelstandes*, Bern 1942, S.284.

Die neuen Unternehmungsformen im *Lebensmittelhandel*, es handelt sich hier weniger um Warenhäuser, Versandgeschäfte und dergleichen als um Filialunternehmungen, zu denen ja auch die Konsumvereine gehören, unterschieden sich vom herkömmlichen Detailhandel nicht so sehr dadurch, dass sie die Produkte der kapitalistischen Massenproduktion vertrieben, als durch die weitgehende Anwendung von Rationalisierungsmöglichkeiten, die sich dem Detailhandel boten. Da der traditionelle Detailhandel die möglichen Verbesserungen der Betriebsführung nicht freiwillig durchführte, *mussten* die Filialunternehmungen zwangsläufig aufkommen, vor allem als Konsumvereine, weil mit der Durchführung dieser Betriebsreformen sich sozialpolitisch grosse Möglichkeiten eröffneten, aber auch als privatkapitalistische Erwerbsunternehmungen, weil diese Rationalisierung Gewinne versprach.

3. Der mittelständische Detailhandel mit Lebensmitteln

a) Die wirtschaftliche Lage des Detailhandels

Über den mittelständischen Detailhandel sind, gleich wie über die privatkapitalistischen Detailhandelsunternehmungen, für die Zeit vor 1920 keine statistischen Angaben über die Zahl der Betriebe, die Grösse des Umsatzes oder die Zahl der beschäftigten Personen vorhanden. Wir müssen uns deshalb mit der Feststellung begnügen, dass der mittelständische Detailhandel vor dem Ersten Weltkrieg noch den weit überwiegenden Teil der Detailumsätze der Lebensmittelbranche bewältigte.

Ein wichtiges Strukturmerkmal des Detailhandels mit Lebensmitteln stellte schon damals dessen *Übersetzung* dar. Trotzdem auch hier die statistischen Unterlagen für die fragliche Zeit nur sehr dürftig sind und zudem die örtlichen Verhältnisse nicht überall gleich lagen, wurde doch die Tatsache der Überfüllung des Spezereihandels nie ernstlich bestritten. Als Indiz mag eine von Faucherre angeführte Statistik dienen, wonach sogar in einem Konsumvereinszentrum wie Basel im Zeitraum von 1877 bis 1905 die Zahl der privaten Kolonialwarenhändler prozentual stärker stieg als die Bevölkerung sich vermehrte¹³. Immer wieder wiesen auch Mittelstandspolitiker darauf hin, dass neben dem Kampf gegen die Konsumvereine die Sanierung der Verhältnisse im Detailhandel selbst nicht

¹³ Vgl. Henry Faucherre, Die wirtschaftliche Lage des Kleindetailhandels und seine Wirtschaftspolitik, in «Blätter für Schweiz. Wirtschafts- und Sozialpolitik» 1912 (Sonderdruck, S.7).

vernachlässigt werden dürfe, dass dies vielmehr die erste Bedingung zu einem erfolgreichen Bestehen im Wettbewerb sei¹⁴.

Von den Gründen, die zu dieser Übersetzung führten, sei erwähnt, dass nach dem Wegfallen der Zunftschränken manche von der Industrie verdrängte Handwerker, aber nicht selten auch mit ihrem Los unzufriedene Arbeiter, im Detailhandel eine neue Existenz suchten. Dieses Eindringen in den Detailhandel besonders auch mit Lebensmitteln wurde durch die Tatsache begünstigt, dass der Krämerberuf wenig Spezialkenntnisse zu erfordern und wenig körperliche Anstrengungen zu verlangen schien. Auch erhielt der Detaillist verhältnismässig leicht Betriebskredite, zum Teil von Banken, besonders aber von Grossisten in der Form von Lieferantenkrediten. Ebenso trug die Bauspekulation nicht wenig zur Vermehrung der Spezialeiläden bei, indem sie die Neubauten mehr als nötig mit Ladenlokalen versah¹⁵.

Die Übersetzung des Detailhandels äusserte sich vor allem in einem kleinen Umsatz pro Verkaufsstelle. Um dennoch ein einigermaßen angemessenes Einkommen zu erzielen, sahen sich die Spezialeihändler gezwungen, die Verdienstmargen höher anzusetzen, als sie dies bei höherem Umsatz hätten tun müssen, und so die Konsumpreise hoch zu halten. Die grosse Zahl der Konkurrenten auf dem unvollkommenen Markt der Spezialewarenbranche bewirkte also nicht tiefe, sondern im Gegenteil hohe Konsumpreise.

b) Der Zusammenschluss im Detailhandel

Der schweizerische Detailhandel findet heute seine einflussreichste Vertretung im «Schweizerischen Gewerbeverband» (SGV), dem sich die Detaillistenorganisationen angeschlossen haben. Der Handel stellt innerhalb des SGV eine wichtige Gruppe dar, trotzdem an der Gründung dieses Verbandes, der sich bis 1917 «Schweizerischer Gewerbeverein» nannte, keine Händlerorganisationen beteiligt gewesen waren. Gründungsmitglieder waren vor allem kantonale Handwerker- und Gewerbevereine, die in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts in grosser Zahl entstanden waren, um Aufgaben, die vor dem Verfall der Zunftordnung teilweise von öffentlich-rechtlichen Korporationen wahrgenommen worden waren, auf der Basis des freiwilligen Zusammenschlusses weiter zu verfolgen.

¹⁴ Vgl. *Werner Krebs*, Zum Schutze des Kleinhandels gegen Auswüchse und Übelstände im Handel und Kreditverkehr, in «Gewerbliche Zeitfragen», Heft VIII, Zürich 1893.

¹⁵ Vgl. *Maurice Faes*, Le commerce de détail en Suisse, Thèse Lausanne 1943, S. 35–48.

In den Tätigkeitsberichten des Gewerbevereins in den ersten Jahren nach seiner Gründung im Jahre 1879 fehlen Hinweise auf irgendwelche Massnahmen des SGV zum Schutze des Detailhandels vor den Konsumvereinen. Das hängt natürlich damit zusammen, dass damals noch keine Detaillistenorganisationen dem SGV angeschlossen waren, ja, sich der Detailhandel erst notdürftig und lose zu organisieren begonnen hatte. So blieb im SGV, trotzdem sich ihm neben kantonalen und lokalen Handwerker- und Gewerbevereinen jetzt auch gewerbliche Fachverbände anschlossen, der Detailhandel bis zum Jahre 1901 unvertreten. In den angeschlossenen kantonalen Gewerbevereinen dagegen war der Detailhandel schon vorher oft vertreten – allerdings meist ohne darin grossen Einfluss auszuüben, gehörte der Handel doch keineswegs zu den tragenden Elementen dieser Vereinigungen¹⁶.

Dieser grosse Rückstand der Organisation des Detailhandels gegenüber dem übrigen selbständigen Mittelstand war soziologisch und historisch begründet. War der Handwerker bis ins 19. Jahrhundert geistig fest in der Zunftordnung verwurzelt gewesen, so fehlte dem Detailhandel eine derartige geistige Verankerung und deshalb auch das entsprechende Standesbewusstsein weitgehend.

Ein eigentlicher sesshafter Detailhandel hatte im Mittelalter überhaupt kaum bestanden; einerseits besass die Selbstversorgung damals noch überragende Bedeutung, und anderseits verkauften das zünftige Handwerk und die Bauern ihre Produkte dem Konsumenten meist selbst, ohne das Dazwischentreten eines Händlers. Einzig eingeführte Waren aus fremden Ländern («Kolonialwaren») wurden von eigentlichen Händlern vermittelt, die sich in den Städten zunftmässig organisiert hatten. Aber diese Handelsleute waren keine Detaillisten im heutigen Sinne, sie kauften ihre Waren auf fremden Märkten selbst ein, zogen selbst auch von Messe zu Messe und führten oft nur nebenbei in ihrer heimatlichen Stadt noch eine feste Verkaufsstelle, die häufig nicht das ganze Jahr geöffnet war, manchmal aber auch durch Familienmitglieder ganzjährig offengehalten wurde. Man kaufte damals noch nicht in so kleinen Mengen wie heute für den täglichen Bedarf ein; wenn ein Handelsherr wieder mit seiner Ware in die Stadt eingezogen war, deckten sich die Bürger und die Bewohner der umliegenden ländlichen Gegenden auf längere Sicht mit den wenigen Waren ein, die nicht in der Heimat produziert wurden und die man nicht

¹⁶ Zur Geschichte des SGV vgl. *Schweiz. Gewerbeverein*, Denkschrift zur Feier seines 25jährigen Bestehens, 1879–1904, Bern 1904; *Hans Tschumi*, Der schweizerische Gewerbeverband, Geschichte und Tätigkeit 1879–1929, Bern 1929; *Alfred Gutersohn*, Das Gewerbe in der schweizerischen Wirtschaftspolitik, Der schweizerische Gewerbeverband 1879–1954, ohne Ort, 1954.

auf den periodisch abgehaltenen Messen und Jahrmärkten erwerben konnte.

Als sich im Frühkapitalismus (in Mitteleuropa während des 17. und 18. Jahrhunderts) der Grosshandel vom Detailhandel allmählich zu trennen begann, zog sich ein Teil dieser Handelsleute auf den Detailhandel zurück. Aus ihnen rekrutierten sich vor allem jene ehrbaren, mit überaus weiter und tiefer Warenkenntnis versehenen, von hohem Berufsstolz erfüllten und noch mit der Zunftordnung verwachsenen Krämer, von denen in der Literatur hie und da gesprochen wird¹⁷. Auch ehemalige Handwerker, welche die Produktion hatten aufgeben müssen und nur noch ihre Verkaufsstelle weiter betrieben, sind zu ihnen zu zählen. So vermochten sich auch die Krämer in manchen Städten in Zünften zu organisieren.

Mit dem Niedergang der Zunftordnung wurde der Detailhandel von zahlreichen standesfremden Elementen überflutet, deren Berufskenntnisse oft nur gering waren. Ein allgemeines Absinken des Leistungsstandes des Detailhandels begann. Das Bedürfnis nach neuen Verkaufsstellen war angesichts der wirtschaftlichen Umwälzungen (der Entstehung der Manufakturen und des Einsetzens der industriellen Revolution) überaus gross, geschulte und standesbewusste Krämer waren aber nur wenige vorhanden. Die Zünfte waren nicht mehr in der Lage, diese Entwicklung unter ihre Kontrolle zu bringen. Ausserdem erwies sich nunmehr auch in ländlichen Gegenden, wo eine zünftlerische Tradition überhaupt nie bestanden hatte, die Eröffnung von Detailläden als notwendig, während vordem der Warenhandel ein Privileg der Stadt gewesen war¹⁸. Der Detailhandel konnte also nicht wie die Handwerker in seiner Standesorganisation dort weiterfahren, wo die Zünfte aufgehört hatten, sondern diese musste von Grund auf neu aufgebaut werden. Das war aber um so schwieriger, als das allgemeine Bildungsniveau in diesem übersetzten Berufe im allgemeinen tiefer war als im Handwerk.

Trotz dieser Sonderstellung des gewerblichen Handels muss es als merkwürdig erscheinen, dass sich der SGV so wenig mit der Bedrohung des Detailhandels durch die Konsumvereine und die aufkommende «illoyale» Konkurrenz befasste, wenn man sich seiner heutigen Thesen erinnert, die eine so enge ideologische und standesmässige Verbindung zwischen dem

¹⁷ Vgl. *Marbach*, «Theorie», a.a.O., S.284, und *Alfred Gutersohn*, *Das Gewerbe in der freien Marktwirtschaft* Bd. 1, *Das Wesen des Gewerbes und die Eigenart seiner Leistungen*, Zürich und St.Gallen 1954, S.17.

¹⁸ Zur Geschichte des Handels vgl. besonders auch *Werner Sombart*, *Der moderne Kapitalismus*, Bd. 1, 18. Kapitel, und Bd. 2, 27.-38. Kapitel, München und Leipzig 1921; *Traugott Geering*, *Handel und Industrie der Stadt Basel*, Basel 1886.

selbständigerwerbenden gewerblichen Produzenten und dem selbständig-erwerbenden Detaillisten postulieren. Warum hat sich der SGV damals seiner bedrohten mittelständischen Brüder so wenig angenommen, gerade *weil* sie noch nicht die Kraft zu eigener Organisation gefunden hatten?

Offenbar war damals das Zusammengehörigkeitsgefühl zwischen Handwerk und Detailhandel noch nicht sehr entwickelt. Tatsächlich fällt auf, dass das Handwerk sich zu jener Zeit vorwiegend den Problemen der konkreten Gewerbepolitik widmete und die «Mittelstandsideologie» weit weniger gepflegt wurde als heute, trotzdem gerade im 19. Jahrhundert die Verdrängung mittelständischer Handwerker durch Grossbetriebe in vollem Gange war. Die «Mittelstandsideologie» wurde und wird auch heute noch vor allem von Vertretern des Handels verfochten, der, nachdem er sich organisiert hatte, in seinem Kampf gegen die neuen Vertriebsformen im Detailhandel beim Handwerk Verbündete suchte und fand. Mit der «Mittelstandsideologie» sollte dem Handwerker klargemacht werden, dass die Interessen des Detailhandels auch die seinen waren, dass die Konsumvereine nicht nur den Detailhandel, sondern auch den ganzen Mittelstand bedrohten, dass der Handwerker mit dem Kleinhändler schicksalsverbunden sei¹⁹.

Neben der Organisation des Handwerks in den Handwerker- und Gewerbevereinen war die berufliche Organisation auch in gewerblichen Fachverbänden bald weit fortgeschritten. So wurde bereits 1885 ein «Schweizerischer Bäcker- und Konditorenverband» gegründet, 1887 der «Verband der schweizerischen Metzgermeister» und 1889 der «Schweizerische Konditorenverband»²⁰.

Unter dem Drucke der Konkurrenz durch die neuen Formen des Detailhandels musste sich auch der traditionelle Detailhandel zu ähnlichen Organisationen zusammenfinden. Um die Jahrhundertwende hatten sich bereits einige Branchen des Detailhandels, so die Buchhändler (1849), die Eisenwaren- und die Zigarrenhändler (1892) und die Schuhhändler (1894), sowie auch die Grossisten der Kolonialwarenbranche (1896) zu gesamtschweizerischen Verbänden zusammengeschlossen²¹. Im Detailhandel mit Lebensmitteln hingegen regten sich damals erst schüchterne Versuche zu einer Organisation auf lokalem oder kantonalem Boden.

¹⁹ Damit soll nicht behauptet werden, die Schöpfer der «Mittelstandsideologie» hätten bloss eine Waffe zur bessern Vertretung von Interessen schmieden wollen, wohl aber, dass Interessenvertreter sie vorwiegend in diesem Sinne verwendeten.

²⁰ Vgl. *Tschumi*, «Der SGV», a.a.O., S. 604–629.

²¹ Vgl. *SDZ* vom 1. Mai 1948; *Albert Schnurrenberger*, Die corporative Organisation des schweizerischen Detailhandels, Diss. Zürich 1927, S. 26–36; *Oskar Wegst*, Der selbständige schweizerische Lebensmittel-Grosshandel und die Einkaufsgenossenschaften des Lebensmittel-Detailhandels, Diss. Bern 1947, S. 52.

Diese Zusammenschlüsse waren als Kampfverbände gegen die «illoyale» Konkurrenz, zu der man auch die Konsumvereine zählte, gedacht, vermochten aber in der Regel nur eine kleine Minderheit der Spezereihändler zu erfassen und sich oft nur kurze Zeit zu erhalten.

Eine ganze Zahl solcher Vereinigungen entstand in der Ostschweiz; sie richteten sich vor allem gegen die Vermittlung von Konsumwaren und Bedarfsartikeln durch den VOLG²². Um die Jahrhundertwende wurde aber auch in anderen Gegenden der Schweiz eine Reihe lokaler Spezereihändler- und Detaillistenorganisationen gegründet. Wirkliche Erfolge zeitigten sie vor allem da, wo starke Konsumvereine bestanden und wo die Detaillistenverbände ihren Mitgliedern mit der Rabattmarkenabgabe auch eine wirksame Waffe zur Bekämpfung der Konsumvereine in die Hand zu geben schienen.

Organisierte sich der Detailhandel mit Lebensmitteln verhältnismässig spät, so verfiel er bald in eine Überorganisation – Überorganisation im Sinne des Bestehens einer Unzahl von kleinen Organisationen, die aber in unzureichender Weise in mehreren Spitzenorganisationen zusammengefasst wurden, mit Doppelmitgliedschaften und zahlreichen Überschneidungen der Aufgabenkreise der einzelnen Dachorganisationen. Diese unklare Zusammenfassung und Integrierung der Kräfte musste die Stosskraft der ganzen Bewegung beeinträchtigen.

Die Aufgaben einer Detaillistenorganisation lassen sich in drei Gruppen gliedern:

1. standespolitische Interessenvertretung,
2. Organisation des Rabatts und
3. Organisation des gemeinsamen Einkaufs.

Nicht alle Organisationen übernahmen diese drei Aufgaben zugleich. Der standespolitischen Interessenvertretung gegen aussen, verbunden mit Massnahmen zur Sanierung und Ertüchtigung des Standes nach innen, widmeten sich die meisten, während nicht alle die Rabattabgabe organisierten. Einige förderten auch den gemeinsamen Einkauf, teilweise zusammen mit Schwesterorganisationen, durch die Gründung selbständiger Einkaufsgenossenschaften, doch die meisten wagten sich vorerst noch nicht an diese Aufgabe heran. Viele Spezereihändler vereinigten sich zu eigentlichen Fachverbänden, die sich zum «*Verband schweizerischer Spezereihändler*» (VSSp) zusammenschlossen. Andere wieder taten sich mit Detaillisten aus anderen Branchen zusammen zu Rabattvereinen, die

²² Vgl. VOLG, a.a.O., S.42–47; H. R. Küng, a.a.O., S.132; EPK, «Lebensmittelkleinhandel» (2. Heft), a.a.O., S.35.

meist auch die standespolitischen Interessen ihrer Mitglieder vertraten. Deshalb legten sich diese Organisationen oft den Namen «Detaillistenverband» zu. Die Spitzenorganisation der Rabattvereine stellte der «*Schweizerische Rabattverband*» (SRV) dar, dem sich allerdings nicht alle Rabattvereine anschlossen, so vor allem nicht die «*Basler Konsumgesellschaft*» (BKG) als erste und grösste Rabattorganisation der Schweiz. Oft waren die Lebensmitteldetaillisten, sei es als Einzelmitglieder, sei es durch die örtliche Spezereihändlervereinigung oder den Rabattverein, auch dem örtlichen Handwerker- und Gewerbeverein angeschlossen. Mit dem SGV waren die Spezereihändler über den kantonalen Gewerbeverein, den VSSp oder den SRV verbunden.

aa) Der «Verband schweizerischer Spezereihändler»
(VSSp)²³

Der VSSp wurde im Jahre 1900 durch 33 Detaillisten aus den Kantonen St. Gallen, Solothurn, Bern, Aargau, Thurgau und Basel gegründet. Als Hauptaufgabe wies man dem Verband den Kampf gegen die Konsumvereine, die landwirtschaftlichen Genossenschaften mit Konsumwarenummittlung, die Grossbasare und die Warenhäuser zu; «es gelte, durch eine geschlossene Organisation Einfluss auf die Behörden und die Gesetzgebung zu gewinnen, um der Bevorzugung der Konsumvereine ein Ende zu setzen²⁴».

Die dringlichste Aufgabe des Verbandes war aber vorerst noch eine andere: die Werbung von Mitgliedern. «Wie schwer es den leitenden Personen sein musste, im ersten Jahrzehnt nach der Verbandsgründung zu arbeiten, ohne den Mut zu verlieren, können wir aus der einen Tatsache schliessen, dass die Mitgliederzahl im ganzen Zeitraum sozusagen nicht zugenommen hat. Der selbständige Kleinhandel der Stadt und des Industrieortes war mutlos geworden, er glaubte auch nicht an die Kraft der Organisation²⁵.»

Auch hier also das bekannte Bild des Detailhandels jener Zeit: materielle Not und Armut, gepaart mit ideologischer Unsicherheit und Apathie, bei den einen – mangelnde Solidarität, vor allem verursacht durch das Fehlen eines Standesbewusstseins, bei den andern. Nur ein kleines Häufchen aktiver Kämpfer suchte die andern wachzurütteln.

²³ Zur Geschichte des VSSp vgl. *VSSp*, Rückblick 1900–1925, Solothurn 1925; *Veledes*, 50 Jahre Veledes, darin insbesondere *Paul Wirz-Burri*, Kreuz und Quer durch 50 Jahre Selbsterlebtes, S. 16–22.

²⁴ *VSSp*, a. a. O., S. 4.

²⁵ *VSSp*, a. a. O., S. 12.

Folgende Zahlen mögen die Entwicklung des VSSp beleuchten:

Tabelle 5

Die Entwicklung des Verbandes schweizerischer Spezereihändler

Jahr	Einzelmitglieder	Sektionen	
1900	29		Gründung
1903	486	7	
1905	327	9	
1909	560	9	1915: Eintritt der Einkaufsgenossenschaft «Union» (Usego) mit 1422 Mitgliedern ²⁶
1916	2312	34	
1920	3771	41	

Es war dem VSSp zwar gelungen, die Stagnation während des ersten Jahrzehnts seines Bestehens zu überwinden, aber auch in seinem zweiten Jahrzehnt vermochte er bei weitem noch nicht, die Gesamtheit der Lebensmitteldetaillisten zu gewinnen. Das mag zum Teil auch damit zusammenhängen, dass sich viele Detaillisten nicht dem Fachverband, sondern der Rabattbewegung angeschlossen hatten.

bb) Die Rabattbewegung

Die Rabattbewegung versprach, den bedrohten Detaillisten eine unmittelbar viel wirksamere Waffe gegen die Konsumvereine in die Hand zu geben, als es blossе Versuche, die Gesetzgebung und die Staatsverwaltung zu beeinflussen, sein konnten. Die Rabattgewährung sollte als Gegengewicht gegen die «Hauptattraktion» der Konsumvereine, die Rückvergütung, dienen.

Rabatte waren von einzelnen Detaillisten schon sehr früh und unabhängig von der «Konsumvereinsgefahr» gegeben worden. Der Gedanke, die Rabattgewährung zu organisieren und sie in den Dienst der mittelständischen Sache zu stellen, lag deshalb recht nahe. Nicht mehr der einzelne Detaillist sollte versuchen, durch die Rabattabgabe Kunden an sein Geschäft zu binden, sondern der Detailhandel als Ganzes wollte

²⁶ VSSp, a. a. O., S. 5, 8, 11, 19 und 25. Die Zahl der Mitglieder im Jahre 1920 stammt aus Schnurrenberger, a. a. O., S. 48. Im übrigen nennt Schnurrenberger folgende Mitgliederzahlen des VSSp: 1901: 381 Mitglieder, 1910: 800 Mitglieder, 1915: 2935 Mitglieder.

durch die Abgabe gemeinsamer Rabattmarken sich seine Kundschaft zu erhalten suchen²⁷.

Als erster schweizerischer Rabattverein wurde im Jahre 1900 die «Basler Konsumgesellschaft» (BKG) gegründet. Andere Gründungen folgten rasch, besonders nachdem im Jahre 1909 der «*Verband schweizerischer Rabattvereine*» gegründet worden war²⁸, so dass Faucherre im Jahre 1912 bereits 56 Händler-Rabattvereine zählen konnte²⁹.

Der «Verband schweizerischer Rabattvereine» (1915 in «*Schweizerischer Rabattverband*» [SRV] umbenannt) entwickelte sich in der Folge recht erfreulich, wie folgende Zahlen belegen:

Tabelle 6
Die Entwicklung des Verbandes schweizerischer Rabattvereine

Jahr	Sektionen	Einzelmitglieder
1909	7	723
1910	12 (18)	1 163 (1 359)
1915	60 (67)	3 991 (5 942)
1920	62 (86)	4 079 ³⁰
Die eingeklammerten Zahlen beziehen sich auf die gesamtschweizerische Rabattbewegung, mit Einschluss der dem Rabattverband nicht angeschlossenen Vereine.		

Der VSSp trat dem SGV im Jahre 1901, der Rabattverband im Jahre 1912 bei. Zusammen mit anderen Branchenverbänden des Detailhandels gewannen sie innerhalb des SGV immer mehr an Einfluss. Trotzdem nach der Reorganisation des SGV im Jahre 1917 der Handel innerhalb des Verbandes eine eigene Gruppe bildete, schlossen sich der SRV und der VSSp gemeinsam mit anderen Detaillistenverbänden im gleichen Jahre zur «*Kaufmännischen Mittelstandsvereinigung*» zusammen, um die Forderungen des Handels innerhalb des SGV noch wirksamer vertreten zu können. Da diese Vereinigung neben der «Gruppe Handel» im SGV organisatorische Unklarheiten schuf, wurde sie 1927 wieder aufgelöst; aber der verstärkte Einfluss des Handels im SGV blieb bestehen.

²⁷ Zur Geschichte der Rabattbewegung vgl. *Henry Faucherre*, Die Händler-Rabattsparevereine, Jena 1912.

²⁸ Vgl. *SRV*, 25 Jahre einheitliche und organisierte Rabatt-Markenabgabe in der Schweiz, Biel 1926, S. 7–9; *Faucherre*, «Rabattsparevereine», a. a. O., S. 56–72.

²⁹ Vgl. *Faucherre*, «Rabattsparevereine», a. a. O., Ergänzungstabelle IV zu S. 131.

³⁰ *Schnurrenberger*, a. a. O., S. 272/273.

cc) Von den Einkaufsgenossenschaften des Detailhandels mit Kolonialwaren

Über die Entwicklung und die betriebliche Struktur der mittelständischen Einkaufsgenossenschaften bestehen bereits einige interessante Darstellungen³¹, auf die hier bloss verwiesen werden kann.

Manche der Einkaufsvereinigungen, die von den ersten Spezereihändlerorganisationen gegründet worden waren, schlugen fehl, sei es infolge mangelnder Solidarität der Detaillisten, sei es wegen unzureichender Betriebsführung. Andere dieser Institutionen haben sich jedoch als erfolgreich erwiesen. Folgende der ersten Einkaufsgenossenschaften, die teilweise heute noch bestehen, seien hier genannt:

1. Schweizerische Handelsgesellschaft Zürich-Oerlikon, gegründet 1884;
2. Société de l'épicerie au détail de Genève (1893);
3. Spezereihändler-Einkaufsgenossenschaft Zürich (1896);
4. Union Schweizerische Einkaufs-Gesellschaft Olten (1907);
5. Liga, Einkaufs- und Rabattvereinigung Basel (1907);
6. Uto, Einkaufsvereinigung der Kolonialwarenhändler des Kantons Zürich (1909);
7. Kolonial-Einkaufsgenossenschaft Burgdorf (1911);
8. Union des épiciers détaillants du canton de Genève (1912)³².

4. Die Bedeutung der Konsumvereine als Preisregulatoren

Um uns über das Ausmass, in dem die Konsumvereine vor dem Ersten Weltkrieg die Preise im Detailhandel mit Lebensmitteln beeinflussten, ein verlässliches Bild zu machen, sollten lückenlose Zeitreihen einen Vergleich der Entwicklung der Preise einzelner Lebensmittel bei den Konsumvereinen und beim Detailhandel gestatten. Wohl wurden von interessierter Seite immer wieder Preisvergleiche angestellt³³, aber diese ver-

³¹ Vgl. *Martin Ardüser*, Der Grosseinkauf im Einzelhandel, Diss. Bern 1944; *Walter Champion*, Studie zur Funktion der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz, unter besonderer Berücksichtigung der «Union», Olten, Diss. Bern 1926; *Schnurrenberger*, a.a.O., S.251–266; *Paul Bürgin*, Migros AG, Usego, VSK, Ein Ausschnitt aus dem Schweiz. Lebensmittelhandel, Basel 1939; *Karl Ernst Felber*, Die Strukturwandlungen im schweizerischen Kolonialwaren-Grosshandel, Diss. Basel 1939, insbesondere S.32–37; *Wegst*, a.a.O.

³² Vgl. *Champion*, a.a.O., S.42–58; *Schnurrenberger*, a.a.O., S.251.

³³ Vgl. z.B. *SGV*, Kritische Betrachtungen über die Tätigkeit der Konsumvereine in der Schweiz (Gewerbliche Zeitfragen, Heft XXIII), Bern 1905.

mitteln uns keinen Einblick in die *Preisentwicklung*, sondern bloss Momentaufnahmen über den *Preisstand*.

Diese Momentaufnahmen wollten nicht untersuchen, ob die Konsumvereine den Detailhandel zu Anpassungen an ihre Preisgestaltung zwangen, sondern sie suchten zu ermitteln, ob die Konsumvereine oder der Detailhandel die Konsumenten zu günstigeren Bedingungen versorgten. Aber auch zu solchen Zwecken waren diese Vergleiche meist unzureichend.

Da die dem VSK angeschlossenen Konsumvereine ihre Preise weitgehend selbständig, von ihrer Einkaufszentrale unabhängig, kalkulierten und der noch sehr unzulänglich organisierte Detailhandel vollends eine uneinheitliche Preispolitik trieb, bezogen sich alle Preisvergleiche auf lokal eng begrenzte Teilmärkte. Verallgemeinerungen derartiger Ergebnisse, wie sie immer erfolgten, konnten zu völlig irrigen Schlüssen führen. Da zudem Qualitätsunterschiede der verglichenen Waren in den Preisvergleichen oft unzureichend berücksichtigt wurden und die Auswahl der angeführten Artikel und der herangezogenen Betriebe der Willkür weiten Raum liessen, sei in dieser Arbeit auf die Wiedergabe solcher Preisvergleiche verzichtet.

Nur auf einen einzigen Preisvergleich soll hier wenigstens hingewiesen werden, auf eine Enquete, welche der VSK im Jahre 1913 bei seinen Verbandsvereinen über ihre Brotpreise und die Preise vergleichbarer Brotsorten privater Bäckereien durchführte. Die Untersuchung ergab, dass fast sämtliche Konsumvereine das Brot zu tiefern Nettopreisen abgaben als ihre Konkurrenz³⁴. Tatsächlich schenkten die Konsumvereine der Gestaltung des Brotpreises stets ganz besondere Aufmerksamkeit. Eingehende Untersuchungen beweisen, wie segensreich die Konsumvereine hier gewirkt und private Müller und Bäcker zur Revision früher oft unreeller Machenschaften gezwungen haben³⁵.

Aber auch zur Verbilligung des andern Volksnahrungsmittels, der Milch, setzten sich die städtischen Konsumvereine entschlossen ein – es sei vor allem auf die «Milchkriege» hingewiesen, die der ACV Basel in den Jahren 1906 und 1913 führte³⁶.

Ihre Bemühungen zur Verbilligung von Milch und Brot hatten die Konsumvereine oft gegen gut organisierte Verbände der Müller, der Bäcker und der Landwirte auszufechten. Auch bestanden für Milch weitgehend allgemein bekannte und ziemlich feste regionale Preise – teilweise auch für Brot. Ein Angriff auf solche Preise schlug nach aussen

³⁴ Vgl. VSK, «Alte Dossiers», Nr. 385; SKV 1925, S. 157.

³⁵ Vgl. Schwerz, a. a. O.

³⁶ Vgl. VSK, «Alte Dossiers», Nr. 336 und 350.

naturgemäss höhere Wellen als ein Angriff auf die Preise von Kolonialwaren, an denen bloss unzureichend organisierte Krämer interessiert waren und die auch sozialpolitisch nicht die gleich überragende Bedeutung besaßen. Da die entstehende Presse der Verbände des Detailhandels zudem die Parole hielt, zu behaupten, die Konsumvereine seien dem Detailhandel keineswegs überlegen, und entschieden bestritten, dass diese die Konsumenten zu günstigeren Bedingungen bedienten, müssen wir auf mehr indirekte Weise zu erschliessen versuchen, wie sehr die Konsumvereine auch auf diesem Sektor des Lebensmittelhandels aktiv waren. Allerdings «verirrten» sich dennoch immer wieder Klagen in die Presse des Detailhandels, die Konsumvereine trieben eine «sinnlose Preisdrückerei» und brächten die bisherigen wohlgeordneten Verhältnisse im Detailhandel in Unordnung³⁷.

Wir haben in den vorangegangenen Kapiteln bereits auf die konsumentenpolitische Bedeutung der Konsumvereine auch im Spezereihandel hingewiesen, doch ist hier im Zusammenhang nochmals darauf zurückzukommen.

Vor allem sei daran erinnert, dass die Konsumvereine gezwungen waren, Besseres zu leisten als der Detailhandel, wollten sie sich durchsetzen. Die Erfolge, welche die Konsumvereinsbewegung verzeichnete, bewiesen denn auch wirklich, dass an vielen Orten bedeutende Teile der Konsumentenschaft die Leistungen des Konsumvereins höher einschätzten als diejenigen der eingesessenen Spezereihändler. Ausserdem besass auch der Grundsatz der Konsumvereine, nur reelle Ware und nur zu vollem Mass und Gewicht zu vermitteln, in ihrer Frühzeit noch grosse praktische Bedeutung.

Auch die günstigere Kostenstruktur der Konsumvereine lässt als wahrscheinlich erscheinen, dass sie die notwendigen Bedarfsartikel zu günstigeren Bedingungen abzugeben in der Lage waren als der Detailhandel. Es sei an die Einsparungsmöglichkeiten durch die Organisation des gemeinsamen Grosseinkaufs hingewiesen, welche ja den hauptsächlichen Grund zur Bildung mancher der ersten Konsumvereine dargestellt hatten. Daneben war damals auch die Finanzstruktur vieler Konsumvereine günstiger als diejenige des Detailhandels (keine oder doch geringere Verschuldung beim Grossisten!), die meisten genossenschaftlichen Verteilstellen verzeichneten bedeutend höhere Umsätze als der Spezereihändler,

³⁷ So schreibt beispielsweise die «*Schweizerische Detaillisten- und Geschäftszeitung*» vom 5. Juli 1905 laut *SKV* 1905, S. 263: «Durch die ganze sinnlose Preisdrückerei hat man eine Reihe kleiner Geschäfte, die früher mit Ehren durchkamen, ruiniert und damit die Verelendung der Massen herbeigeführt.»

mit dem sie konkurrierten, ihr Sortiment war oft kleiner und ihr Warenumsatz rascher. Hinzu kommt, dass die Konsumvereine in ihrer Frühzeit oft über ehrenamtlich tätige Hilfskräfte verfügten und sie in ihrem Bestreben, ihren Mitgliedern möglichst entgegenzukommen, manchmal sogar unvorsichtig und unrichtig kalkulierten. Letzteres deutet natürlich nicht auf eine höhere Leistungsfähigkeit hin, wohl aber darauf, dass ihre Beteuerungen, das Wohl ihrer Mitglieder zu verfolgen, nicht bloss Phrasen waren, sondern ehrlichem Bemühen entsprachen.

Die meisten der frühen Konsumvereine handelten allerdings vorsichtiger und berechneten ihren Mitgliedern, in Ermangelung einer eigenen zuverlässigen Kostenkalkulation, als «vorläufige» Preise sogenannte «Tagespreise», d. h. gleiche Preise, wie sie der ortsansässige Krämer forderte. Dabei entstanden regelmässig grosse Überschüsse, die der Konsumverein in der Form der Rückvergütung den Mitgliedern rückerstattete. Solche Konsumvereine wirkten preisregulatorisch nicht so sehr durch eine direkte Beeinflussung der «Tagespreise», sondern indirekt über eine Senkung der korrigierten «Nettopreise».

Der Detailhandel behauptete immer wieder, allfällige tiefere Preise in den Konsumvereinen seien mit geringeren Dienstleistungen, wie weniger zuvorkommender und weniger individueller Bedienung, keiner Kreditgewährung, geringerer Auswahl oder einem weiteren Weg von der Wohnung des Konsumenten zur Verteilstelle zu erklären. Wo dies wirklich zutraf, verzichteten aber viele Konsumenten anscheinend doch gerne auf diese Dienstleistungen, wenn sie ihre Bedarfsartikel dafür wohlfeiler einkaufen konnten. Wie gefährlich die Konsumvereine dem Detailhandel erschienen, wie gross die Vorteile waren, die sie den Konsumenten boten, beweisen auch die Selbsthilfemassnahmen, zu denen sie den Detailhandel aufrüttelten, vor allem die Organisation des gemeinsamen Einkaufs und der Rabattabgabe. Insofern diese Massnahmen den Konsumenten wirkliche Vorteile brachten, beweisen sie den grossen Einfluss der Konsumvereine auf die Preisgestaltung im Detailhandel und ihre bedeutende Rolle als Preisregulatoren.

Wo von Vertretern des Detailhandels der Preisdruck, der von den Konsumvereinen ausging, zugegeben wurde, behaupteten sie, die Konsumvereine könnten die tiefen Preise vor allem für Brot, für Milch und für Obst und Gemüse nur durchhalten, weil sie aus andern Artikeln, besonders aus Getränken, grosse Gewinne erzielten und zudem auf die Produzenten einen sehr starken Preisdruck ausübten. Ersteres stelle gegenüber jenen Konkurrenten, welche über keine Ausgleichsmöglichkeiten verfügten, ein illoyales Verhalten dar, während letzteres volkswirtschaftlich schädlich sei und zu einem Lohndruck führe, der letztlich auch die

Interessen jener Bevölkerungsschichten, welche die Konsumvereine zu vertreten vorgäben, schädigten³⁸.

Diese Vorwürfe unterstreichen die preisregulatorische Bedeutung der Konsumvereine, auch wenn sie ihnen Methoden zur Last legen, die unter Umständen nicht gebilligt werden können. Die Konsumvereine hatten den Detailhandel aus seiner Ruhe aufgeschreckt und waren in seine «geheiligten Kreise» eingedrungen, ein Verhalten, welches der Detailhandel an sich als unbotmässig betrachtete, weshalb er nur allzu geneigt war, den Konsumvereinen beim geringsten Anlass illoyales Verhalten und volkswirtschaftlich schädigende Wirkungen überhaupt nachzusagen.

Zu Beginn des zweiten Jahrzehnts des 20. Jahrhunderts schienen die Konsumvereine bereits auf gewisse Grenzen ihrer konsumentenpolitischen Aktivität zu stossen. Beinahe überall, wo die Voraussetzungen dazu günstig schienen, waren bereits Konsumvereine gegründet. Die Möglichkeiten zu Preisverbilligungen, welche die Konsumvereine auf Grund ihres Verzichtes auf Profite und dank ihrer rationellen Betriebsgestaltung zu erreichen in der Lage waren, schienen erschöpft. Der Detailhandel vermochte der Entwicklung der Konsumvereine immer wirksameren Widerstand entgegenzusetzen. Er hatte eine ganze Zahl gemeinsamer Einkaufsorganisationen gegründet und seine Einstandspreise denjenigen der Konsumvereine annähern können. Mit dem Rabatt war ein Mittel gefunden, welches die gefährlichsten Wirkungen der genossenschaftlichen Rückvergütung zu paralysieren schien. Wohl verkauften die Konsumvereine noch immer im grossen und ganzen zu etwas tieferen Preisen, aber die Kunden, welche sich davon beeindrucken liessen, waren bereits zu den Konsumvereinen abgewandert, während dem Detailhandel dank seiner Anpassungsmassnahmen noch immer eine beträchtliche Stammkundschaft geblieben war, welche für die höhern Dienstleistungen, welche er zu bieten schien, einen Mehrpreis zu bezahlen bereit waren.

Es wurde nach und nach schwerer, auf den bisher beschrittenen Wegen der «Konsumentenpolitik», durch Verbesserung der eigenen Leistungen, neue Erfolge zu erzielen. Die Konsumvereine hatten mancherorts das Preisgefüge im Lebensmittelhandel revolutioniert, aber eben *weil* es den Genossenschaften gelungen war, viele der Unzulänglichkeiten und Ungerechtigkeiten in der Warenvermittlung zu beseitigen, war es ihnen nicht mehr so leicht, als «Hecht im Karpfenteich» zu wirken. Es schien, als müssten sie sich in Zukunft immer mehr damit begnügen, zu etwas tiefern Nettopreisen als der Detailhandel zu vermitteln und ihre preis-

³⁸ Vgl. *SGV*, «Kritische Betrachtungen», a. a. O., S. 13 und S. 21.

regulatorische Aufgabe darin zu sehen, für diesen als Konkurrent «Richtpreise» zu setzen und ihn zu zwingen, seine gegenwärtige Preispolitik beizubehalten.

Diese Entwicklung, welche sich wenigstens für die älteren Konsumvereine bereits damals anzukündigen schien, war zwar unausweichlich, aber doch mit grossen Gefahren verbunden. Hatten sich die Genossenschaften einmal an diese neue Rolle gewöhnt, so war nicht ausgeschlossen, dass sie neue konsumentenpolitische Möglichkeiten (Rationalisierungsmassnahmen, Leistungsverbesserungen usw.) nicht mehr mit der gleichen Entschlossenheit wahrnahmen wie ehemals. Wo nicht hohe Gewinne in Aussicht stehen oder der Konkurrenzkampf gross ist, ist ein Erschlaffen der wirtschaftlichen Dynamik besonders grosser und deshalb bürokratischen Tendenzen offener Unternehmungen nicht ausgeschlossen. Nach einer Periode höchster Anspannung und Konzentration bedürfen nicht nur physische, sondern auch gesellschaftliche Körper einer gewissen Zeitspanne grösserer Ruhe zu innerer Konsolidierung und Regeneration.

Es ist dem Wirken hervorragender Männer innerhalb des VSK (besonders der 1909 erstmals gebildeten, vollamtlichen Verwaltungskommission unter der Führung des initiativen *Bernhard Jaeggi*) und Anfeindungen gegen die Genossenschaftsbewegung von aussen zu danken, dass gerade in dieser Periode vor Ausbruch des Ersten Weltkrieges die Genossenschaften sich zu höchster konsumentenpolitischer Aktivität aufrafften. Wo die bisher begangenen Wege nicht mehr weiterzuführen schienen, beschritt man jetzt ganz neue Pfade.

Die Versuche der Genossenschaften, die Interessen der Konsumenten auch in wirtschaftspolitischen Belangen wahrzunehmen, waren zwar keineswegs neu, doch wurden sie nun, mit wachsender Stärke des Verbandes, bedeutend intensiviert. Tatsächlich war der VSK in der Zeit vor dem Ersten Weltkrieg wirtschaftspolitisch äusserst aktiv, so im Kampf um die Zolltarife, um den «Zwei-Liter-Artikel» in der Bundesverfassung, um das Lebensmittelpolizeigesetz, um das bernische Gewerbegesetz usw. Erwähnenswert sind auch die führende Mitarbeit des VSK in der 1912 gebildeten «Liga zur Verbilligung der Lebensmittel» und «Milchkriege», die verschiedene Genossenschaften, beispielsweise der ACV Basel im Jahre 1913, um die Gestaltung des Milchpreises führten³⁹. Der VSK hatte entschieden bedeutenden wirtschaftspolitischen Einfluss gewonnen, und er war stets bemüht, diesen Einfluss im Interesse der Konsumenten zur Geltung zu bringen.

Vor allem aber durch den Ausbau der Eigenproduktion suchte man

³⁹ Vgl. *Handschin*, «Der VSK», a. a. O., S. 98 ff.

neue konsumentenpolitische Möglichkeiten auszunützen – man denke an die Einrichtung einer eigenen Druckerei durch den VSK (1910), an die Angliederung einer Mühle und einer Schuhfabrik an die Genossenschaftsbewegung (1912), an die Schaffung der Eigenmarke Co-op (1914), an die «Bell-Allianz» (die Beteiligung des VSK an der Grossschlächtereier Bell, um seinen Einfluss auch auf die schweizerische Fleischversorgung auszuweiten) im gleichen Jahr und an die Gründung der Möbel-Genossenschaft (1919)⁴⁰. Die Gegner der Genossenschaften hatten scheinbare Ermüdungserscheinungen der Konsumvereine um das Jahr 1910 zu heftigen propagandistischen Angriffen ausgenützt und sie auch durch Boykottierungen (Schuhe, Mehl, Schokolade) auf die Knie zu zwingen gesucht. Sie hatten aber damit den Genossenschaften keineswegs geschadet, sondern sogar genützt; sie verhinderten ein Erschlaffen ihrer Aktivität, das an sich möglich gewesen wäre, und spornten sie an, langgehegte Pläne zum Ausbau der Eigenproduktion endlich zu verwirklichen.

Der Ausbruch des Ersten Weltkrieges erschwerte eine weitere Förderung der Eigenproduktion. Immerhin zeugen die Gründung der Milcheinkaufsgenossenschaft der schweizerischen Konsumvereine (MESK) im Jahre 1916, der Schweizerischen Genossenschaft für Gemüsebau (SGG) im Jahre 1918 und der Schweizerischen Volksfürsorge, Volksversicherung auf Gegenseitigkeit, der heutigen «Coop-Leben», im Jahre 1917 von noch ungebrochener Aktivität des VSK in dieser Richtung⁴¹.

Der Erste Weltkrieg gab der Konsumvereinsbewegung aber vor allem Anlass und wieder vermehrt Gelegenheit, ihre konsumentenpolitische Wirksamkeit im traditionellen Sinne zu intensivieren und zu beweisen, dass die sozialen Zielsetzungen aus ihrer Gründungszeit noch immer lebendig waren. Ihre Aufgabe bestand damals nicht so sehr darin, neue Wege zu gehen, als ihre alten Grundsätze neu zu bewähren, nämlich ihre Betriebe ganz im Interesse der Mitgliedschaft und ohne Gewinnstreben zu führen. Natürlich vermochten die Konsumvereine die kriegsbedingten Preissteigerungen der Lebensmittel nicht zu verhindern, aber sie erschwerten dem Handel doch, aus dieser Preisentwicklung Profit zu schlagen und die Preisbewegung noch zu beschleunigen.

⁴⁰ Vgl. *Walter Hunzinger*, Genossenschaftliche Produktion, Möglichkeiten und Grenzen der genossenschaftlichen Eigenproduktion in der Schweiz, Diss. Basel 1947, S. 46, S. 55 und S. 100; *Handschin*, a. a. O., S. 127 ff.; *Roger Berger*, Die Zweckgenossenschaften des Verbandes schweiz. Konsumvereine (VSK), Entstehung, Bedeutung und Stellung zur Zentralorganisation, Diss. Basel 1955, S. 32 ff.

⁴¹ Vgl. *Handschin*, «Der VSK», a. a. O., S. 164.

DIE KONSUMGENOSSENSCHAFTEN SEIT 1918

*1. Die wirtschaftliche Lage der Konsumgenossenschaften
unmittelbar nach dem Ersten Weltkrieg*

Trotzdem die Selbsthilfemassnahmen des Detailhandels nach dem Ersten Weltkrieg bereits so weit gediehen waren, dass er gegenüber den Genossenschaften keineswegs mehr auf verlorenem Posten stand, befürchtete er, diese würden nach dem Fallen der kriegswirtschaftlichen Einschränkungen ihre Anstrengungen wieder aufnehmen, den Detailhandel mit Lebensmitteln vollständig an sich zu reißen.

Die Genossenschaften hatten aber vorerst andere Sorgen. Die Nachkriegskrise brachte, besonders weil sie im Zeichen empfindlicher Preisrückschläge stand⁴², einige Konsumvereine in ernste wirtschaftliche Schwierigkeiten.

Der Ruf nach dem Abbau der während des Krieges gestiegenen Preise wurde nach 1918 von der Konsumentenschaft lebhaft und mit Ungeduld erhoben. Von den Genossenschaften erwartete man, sie würden in den Preissenkungen dem übrigen Detailhandel vorangehen. Aber auch eine Konsumgenossenschaft muss mit den wirtschaftlichen Realitäten rechnen; die Genossenschaften wollten die Detailpreise nicht rascher senken, als ihre Unkosten sich erniedrigten. Wohl fielen die Grosshandelspreise sehr rasch, aber gerade diese Preisstürze brachten vielen Genossenschaften empfindliche Verluste auf Lagervorräten. Infolgedessen gerieten in dieser Periode eine Anzahl von Genossenschaften in eine bedrohliche finanzielle Lage. Einige unter ihnen konnten ihren Verpflichtungen gegenüber dem VSK nicht mehr nachkommen, andere mussten sogar liquidiert werden oder gerieten in Konkurs, während mehrere sich durch den VSK sanieren lassen und ihm vorübergehend die Führung ihrer Geschäfte übertragen mussten. Laut den Rechenschaftsberichten des VSK gerieten in den Jahren 1922 bis 1927 14 seiner Genossenschaften in Konkurs; 13 weitere mussten unter Verlusten für den VSK liquidiert werden und 18 Genos-

⁴² Der Preisindex des VSK sank von 261 Punkten am 1. Juni 1919 auf 157 Punkte im Juni 1922 und erholte sich darauf langsam auf 168 Punkte im Juni 1925.

senschaften schlossen mit dem VSK Nachlassverträge ab. Die Gesamtverluste des VSK an diesen Genossenschaften betrugen über 2,8 Millionen Franken, wovon später allerdings ein Teil wieder eingebracht werden konnte.

Die Mehrzahl der Genossenschaften überstand aber jene kritischen Nachkriegsjahre aus eigener Kraft. Sie hatten während der Kriegsjahre Reserven anzusammeln vermögen, die jetzt einsetzen zu können sie überaus froh waren. Auch der VSK selbst hatte während der Kriegszeit seine finanziellen Reserven bedeutend gestärkt. Die Zahl der Verbandsvereine hatte sich von 387 Ende 1913 auf 461 Ende 1918 und 516 Ende 1923 erhöht. Das Anteilschein- und Garantiekapital stieg von 675 000 Fr. auf 4 666 000 Fr. und 5 484 000 Fr. und das «Verbandsvermögen» von 1 150 000 Fr. auf 2 500 000 Fr. und 3 500 000 Fr. Die Zahl der Liegenschaften des VSK vergrösserte sich von 7 auf 21 und 29, der Buchwert der stark abgeschriebenen Liegenschaften aber bloss von 1 869 000 Fr. auf 2 864 000 Fr. und 3 580 000 Fr., was auch auf bedeutende stille Reserven schliessen lässt⁴³.

Trotzdem die Ertragslage des VSK in den frühen zwanziger Jahren ungünstig war – im Jahr 1921 mussten zur Deckung von Lagerverlusten Reserven im Betrage von beinahe fünf Millionen Franken in Anspruch genommen werden⁴⁴ –, war die finanzielle Situation des VSK noch immer günstig. Die Bilanz pro 31. Dezember 1923 wies, bei einer Bilanzsumme von 44 Millionen Franken, Eigen- und Garantiekapital von beinahe 9 Millionen Franken aus (wovon 3 ½ Millionen Franken offene Reserven), während auf der Aktivseite ein Portefeuille leicht verwertbarer Wertpapiere von 6 ½ Millionen Franken zu Buch stand. Die gesamten «kurzfristigen Aktiven erster Ordnung» betrugen über 10 Millionen Franken.

Die Genossenschaftsbewegung wäre also in der Nachkriegszeit durchaus in der Lage gewesen, bedeutende finanzielle Mittel für Verbilligungsaktionen und für eine aktive Preispolitik einzusetzen. Eine solche Aktivität wurde von ihr auch allgemein erwartet, man nahm an, die Genossenschaften würden im ungeduldig erwarteten Preisabbau nach dem Kriege vorangehen. Die Passivität, in der sie indessen verharrten, trug ihnen viel Kritik ein.

Zu den Gründen, welche die Genossenschaften zu diesem Verhalten veranlassten, gehören gewiss auch eine nun doch beginnende Erschlaffung der anfänglich immensen innern Dynamik der Bewegung und, damit verbunden, die sich abzeichnende Wandlung in der Haltung der Bewe-

⁴³ Vgl. Hunzinger, a. a. O., S. 33.

⁴⁴ Vgl. Handschin, «Der VSK», a. a. O., S. 210.

gung gegenüber andern Wirtschaftsgruppen, die wir weiter unten zu schildern versuchen werden. Entscheidend trugen zu dieser konservativen Preispolitik aber auch die finanziellen Schwierigkeiten bei, mit denen damals diejenigen Genossenschaften zu kämpfen hatten, welche in der Vergangenheit nicht jene vorsichtige Preispolitik geführt hatten, welche der VSK empfohlen hatte. Der VSK sah keinen Grund, von dieser vorsichtigen Politik jetzt abzugehen, da er seine Reserven teilweise dafür einsetzen musste, diesen Genossenschaften weiterzuhelfen. Er war um so weniger bereit, seine Reserven für einen raschen Preisabbau zu «verschleudern», als er sich bewusst war, dass Behörden und Industrie diesen Preisabbau vor allem deshalb so ungestüm forderten, um auf dem Fusse auch einen Lohnabbau folgen zu lassen. Dass die Genossenschaften für diese Interessen der Industrie ihre Reserven nicht einzusetzen gesonnen waren, ist verständlich, doch führte dies dazu, dass diese Kreise ihre Sympathie bald vermehrt einer Konkurrenzunternehmung zuwandten, die ihren Intentionen anfangs besser entsprach.

Die wirtschaftlichen Schwierigkeiten einzelner Genossenschaften und das offenbare Unvermögen der ganzen Bewegung, den Preisabbau rasch voranzutreiben, steigerte das Selbstvertrauen des Detailhandels und sein Vertrauen in die eigene Widerstandskraft gegen die «Konsumvereinsgefahr» ganz beträchtlich⁴⁵. Der Detailhandel hatte während der Kriegsjahre gut «verdient», meisterte die Nachkriegskrise im allgemeinen besser als die Genossenschaften und erzielte «im Schatten der Konsumvereine», wie Bundesrat Schulthess sich einmal ausdrückte, recht befriedigende Einkommen⁴⁶. Zwar sah der Detailhandel die Genossenschaften immer noch als unbequeme Konkurrenten an, mit denen man sich von Zeit zu Zeit polemisch auseinandersetzen musste, aber eine unmittelbare Gefahr drohte anscheinend nicht mehr in erster Linie von ihnen, sondern von den immer mehr aufkommenden kapitalistischen Formen des Detailhandels – von den Warenhäusern, die nach und nach auch Lebensmittelabteilungen einzuführen begannen, von den Kettenladenunternehmungen und dann vor allem von den «fahrenden Läden» der *Migros*.

Die Schwierigkeiten, welche die Nachkriegszeit den Genossenschaften bereitet hatte, brachte die Wandlung der geistigen Einstellung des Detailhandels zu den Konsumvereinen, die sich schon einige Zeit vor Ausbruch des Ersten Weltkrieges abgezeichnet hatte, zum Abschluss. Man sah in den Genossenschaften nicht mehr den übermächtigen Gegner, gegen den man sich nicht wirksam verteidigen, sondern höchstens einen Verzweif-

⁴⁵ Vgl. *SRV*, Jahresbericht 1924, S. 5, und Jahresbericht 1925, S. 40; *VSSp*, 22. Jahresbericht 1921/22, S. 27.

⁴⁶ Vgl. *SKV* 1922, S. 161.

lungskampf führen konnte. Man hatte nicht nur Vertrauen zu den eigenen Verteidigungsmöglichkeiten gewonnen und diese auszunützen verstanden, sondern man erkannte nun, dass auch die Genossenschaften nicht zaubern können. Man verlor das Gefühl der eigenen Minderwertigkeit. Allerdings wich es einem etwas übersteigerten Selbstbewusstsein, und der Detailhandel glaubte sich damals allzu stark, wenn er annahm, die momentane Schwäche der Genossenschaften ausnützen, gegen sie in den Angriff übergehen und sie zurückdrängen zu können. Wie sehr allerdings das damals seitens der offiziellen Verbandsinstanzen geäusserte Selbstbewusstsein des Detailhandels der wirklichen Einstellung der einfachen Detaillisten entsprach, bleibe dahingestellt.

2. Innere Wandlungen der Konsumgenossenschaften – Die Konsumgenossenschaften in den zwanziger Jahren

Wenn die Konsumvereinsbewegung ihre finanziellen Schwierigkeiten in der Nachkriegszeit auch schliesslich ohne grosse Erschütterungen und ohne in ihrer Existenz gefährdet worden zu sein, zu meistern vermochte, so blieben diese zeitweiligen Rückschläge doch nicht ohne Folgen auf ihre geistige Haltung. Manche Konsumvereine hatten von ihrem grossen Selbstvertrauen eingebüsst, mit dem sie früher ihren Kampf um die soziale Besserstellung der Konsumenten geführt hatten.

Es wäre zwar ungerecht, die Wandlungen der Genossenschaftsideologie, die sich in der Nachkriegszeit anbahnten, mit der sich abzeichnenden grösseren Zurückhaltung und Vorsicht im preispolitischen Kampf zu erklären. Sicherlich aber hat diese zu einer Überprüfung des Standpunktes der Genossenschaften in ideologischen Fragen beigetragen.

Schon immer war das erzieherische Moment mit der Genossenschaftsidee eng verbunden gewesen, weisen doch ihre geistigen Ursprünge auf Namen wie Pestalozzi, Fellenberg und Zschokke hin⁴⁷. Auf diese Wurzeln der Genossenschaftsidee begannen sich die Genossenschafter wieder vermehrt zu besinnen, die in der Zwischenkriegszeit eine Diskussion über die ideellen Grundlagen und die wirtschaftlichen Aufgaben der Genossenschaftsbewegung in Gang brachten. Dieser Meinungsaustausch ist zwar bis heute noch nicht abgeschlossen, hat aber doch schon zu einer wesentlichen Akzentverschiebung bei der Beurteilung des Wesens und der Ziele der Konsumgenossenschaftsbewegung geführt.

⁴⁷ Vgl. Faucherre, «Ideengeschichte», a. a. O., 2. Teil, S. 3–9.

Die Genossenschaften sehen heute ihr letztes Ziel nicht mehr so sehr wie früher in einer Veränderung von Institutionen im wirtschaftspolitischen Kampf. Die Veränderung von Institutionen wird im allgemeinen nicht mehr als Endzweck angesehen, sondern vornehmlich als Mittel zur Schaffung von neuen Gemeinschaften, innerhalb denen ein *neuer Wirtschaftsgeist* geboren werden soll, der den Egoismus des Wirtschaftssubjektes als Triebfeder der Wirtschaft durch ein Verantwortungsbewusstsein für das Gruppenganze ersetzen oder doch mindestens ergänzen und die Wirtschaft so von innen her reformieren soll⁴⁸. Nicht mehr das Kapital und das Interesse an der «Verwertung» des Kapitals sollen die Wirtschaft beherrschen, sondern der Mensch solle in den Mittelpunkt rücken. Der Einzelne solle nicht mehr ein unbedeutendes Zahnrad in der Wirtschaftsmechanik bleiben, sondern wieder zur vollen Mitverantwortung herangezogen werden durch das Mittel der genossenschaftlichen Zusammenarbeit.

Eine Expansion der Konsumgenossenschaften unter allen Umständen und mit allen Mitteln fördert dieses Ziel aber nicht, sie führt höchstens zur Entstehung von Dienstleistungsbetrieben, bei denen der Einzelne passiv Nutzniesser, nicht aber Mitarbeiter, Nehmender und nicht gleichzeitig auch Gebender ist. Ohne Pflege auch der Individualität ist keine Schaffung von Persönlichkeiten gehobenen Verantwortungsgefühls möglich.

Nicht dass die Konsumgenossenschaften solche Musterbetriebe und ihre Mitglieder derartige Mustermenschen darstellen, soll hier behauptet werden. Aber man versuchte innerhalb des VSK nach dem Ersten Weltkrieg doch vermehrt, diesem hohen Ziel, wenn auch nur langsam, mit Widerständen und Rückschlägen, näher zu kommen. Deshalb konnte man auch eine Ausdehnung der Genossenschaften nur in dem Masse befürworten, als sie die Aussichten eines Erfolges dieser Erziehungsarbeit mindestens nicht verringerte. Forderte man früher unter dem Schlagwort der «Vergenossenschaftlichung» der Wirtschaft die Verdrängung der privaten Betriebe durch Genossenschaften, so gelangte man jetzt mehr und mehr zur Ansicht, ein immerhin starker «*genossenschaftlicher Sektor*» könne seinen Einfluss auf die private Wirtschaft ausüben, auch ohne diese vollständig zu verdrängen.

Ein sehr rasches Wachstum der Genossenschaftsbewegung wäre diesem

⁴⁸ Vgl. Oskar Schär, Konsumvereine und Mittelstand, Basel 1934; VSK, Aktuelle Genossenschaftsprobleme, Internationale Professorenkonferenz über das Genossenschaftswesen im Genossenschaftlichen Seminar Freidorf, Bern 1952, insbesondere den Vortrag von Prof. J. M. Back (S. 17–84) und das Votum von Prof. G. Weippert (S. 155–174); Georges Lasserre, Von der Geltung des Menschen in der Genossenschaft, SKV «Kleine Schriften», Nr. 10, 1953.

genossenschaftlichen Erziehungsziel nicht förderlich, sondern es ist eher eine ruhige Entwicklung der Genossenschaften und eine stete Konsolidierung des Gewonnenen anzustreben, besonders solange auch ihre bisherigen Mitglieder vom neuen Gemeinschaftsgeist, der die Wirtschaft der Zukunft beseelen soll, in ihrer Mehrzahl noch nicht durchdrungen sind.

Dass die Genossenschaftsbewegung in erster Linie wirtschaftlichen Zielen dient, braucht diese Erziehungsarbeit nicht zu behindern, im Gegenteil, gerade der Doppelcharakter der Genossenschaften als «Gruppe» und als Gemeinschaftsbetrieb⁴⁹, der Versuch, mit wirtschaftlichen Mitteln auch das soziologische Ziel echter Gruppenbildung zu erreichen, erscheint als besonders fruchtbar.

Diese vermehrte Betonung der erzieherischen Aufgaben der Genossenschaften braucht natürlich mit ihrer Funktion als Vertreter der Konsumenteninteressen nicht in Widerspruch zu stehen. Allerdings führte sie zu einer abgewogeneren Meinung darüber, was als das *wahre* Interesse der Konsumenten anzusehen ist.

Solange sich die Genossenschaften die Eroberung erst des gesamten Handels, dann der industriellen Produktion und schliesslich auch der landwirtschaftlichen Produktion als Ziel setzten⁵⁰, war ihren Bestrebungen die rücksichtslose Verwirklichung des niedrigstmöglichen Preises angemessen. Diese Preispolitik war jedoch ihren gewandelten Auffassungen über die Aufgaben der Genossenschaftsbewegung nicht mehr adäquat: die Genossenschaften mussten jetzt vielmehr den Preis anstreben, den sie als «gerechten» Preis⁵¹ bezeichnen. Das Ethos vom Gemeinschaftssinn, der den Egoismus als Triebfeder des Wirtschaftens ersetzen solle, war nicht mit einer Preispolitik zu vereinbaren, welche einseitig auf die Interessen der Konsumentenschaft bedacht war, auch wenn dabei menschlich wie volkswirtschaftlich ebenso berechnigte Interessen anderer Wirtschaftsgruppen, so der Landwirtschaft, des Gewerbes, des Handels oder der industriellen Produktion, geschädigt wurden. Auch konnte man einer Preispolitik nicht mehr zustimmen, welche wohl vielleicht die äussere

⁴⁹ Vgl. Georg Draheim, Die Genossenschaft als Unternehmungstyp, Göttingen 1952, S. 16–76.

⁵⁰ Vgl. Georges Fauquet, Der genossenschaftliche Sektor, Basel 1937; G. Fauquet, Charles Gide und das «Drei-Etappen-Programm», SKV «Kleine Schriften», Nr. 8, März 1953.

⁵¹ Mit dem Ausdruck «gerechter Preis» versuchen die Genossenschaften nicht etwa, auf das mittelalterliche «iustum pretium» (vgl. Edgar Salin, Geschichte der Volkswirtschaftslehre, Tübingen und Bern 1951, S. 43 ff.) anzuspähen. Es wäre deshalb weniger irreführend – und sicher auch bescheidener! – gewesen, wenn die Konsumgenossenschaften statt vom «gerechten» Preis vom *angemessenen Preis* gesprochen hätten. Indessen sei im Text die Terminologie der Genossenschaften beibehalten.

Expansion der Genossenschaften vorantrieb, dabei aber die innere geistige Konsolidierung des Gewonnenen vernachlässigte.

Mit dem «gerechten» Preis suchten die Genossenschaften jenen Preis zu verwirklichen, der den Produzenten und dem Handel ein angemessenes Entgelt für die aufgewandte Arbeit sichert und auch die übliche Kapitalverzinsung gewährleistet, jedoch keine «Profite» ermöglicht.

Wie wir darzustellen versucht haben, bestehen zwischen den Wandlungen in der herrschenden Genossenschaftsideologie und der Politik des «gerechten» Preises, welche der VSK zu verfolgen begann, enge Beziehungen. Dennoch wäre es verfehlt, die neue Preispolitik bloss als eine Folge der ideologischen Neuorientierung zu betrachten. Tatsächlich begann der VSK sich bereits zu einer Zeit nach dem «gerechten» Preis auszurichten, als sich die Wandlungen der Genossenschaftsidee, die sich zu vollziehen im Begriffe waren, noch nicht durchgesetzt und ihre adäquate Formulierung noch längst nicht gefunden hatten.

Die Erscheinung, dass neue Entwicklungen sich praktisch auswirken, bevor sie ihre theoretische Formulierung finden, ist nicht ungewöhnlich. Im vorliegenden Fall ist sie besonders verständlich, weil das Erlebnis des Weltkrieges das Gefühl der Schicksalsverbundenheit auch mit andern Wirtschaftsgruppen und das Verantwortungsgefühl gegenüber dem Volksganzen gestärkt und so eine einseitige Interessenpolitik als verwerflich hingestellt hatte. Überdies ist auch wichtig, dass die Genossenschaften sich in der ersten Nachkriegszeit selbst gegen ungerechtfertigte Begehren nach Preissenkungen zu wehren hatten und sich also psychologisch daran gewöhnen mussten, nicht mehr im Lager derjenigen zu stehen, die Preissenkungen forderten und herbeiführten, sondern bei denen, die mässigend wirken mussten. Wohl auch aus diesen Gründen vermochte sich die beschriebene langsame Wandlung der Genossenschaftsideologie so rasch in einer Revision der Prinzipien der Preispolitik zu manifestieren. Den äussern Anlass zur Überprüfung der Stellungnahme der Genossenschaften gegenüber andern Wirtschaftsgruppen stellte im Jahre 1923 die Niederlage dar, die der VSK in der Volksabstimmung über eine Revision der Zolltarife erlitten hatte, als er sich mit aller Kraft für eine geringere Zollbelastung der Einfuhrgüter eingesetzt hatte. Der VSK nahm diese Niederlage zum Anlass, seine Kampfstellung gegen die Schutzbegehren der Landwirtschaft aufzugeben⁵², nachdem sich bereits 1914 mit dem Abschluss eines «Burgfriedens» mit der Landwirtschaft eine solche Entwicklung abgezeichnet hatte⁵³.

⁵² Vgl. *Stadelmann*, a. a. O., S. 78 ff.

⁵³ Vgl. *Handschin*, «Der VSK», a. a. O., S. 172.

Es bleibt zu untersuchen, ob die Genossenschaften ihren konsumentenpolitischen Prinzipien nicht untreu wurden, als sie sich die Verwirklichung des «gerechten» Preises als Ziel setzten. Sie selbst waren der Auffassung, der «gerechte» Preis liege im wohlverstandenen langfristigen Interesse auch der Konsumenten. Sie konnten darauf hinweisen, dass jeder Konsument seine Konsumausgaben durch Mittel finanziert, die letztlich Entgelte für Beiträge an den Produktionsprozess darstellen, dass also niemand in irgendwelcher Form nicht auch ein Produzenteninteresse zu vertreten habe.

Die Genossenschaften verzichteten auf den billigsten Preis, insofern dieser schwächere Glieder der Gemeinschaft trotz zumutbarer Anstrengungen in ihrer Existenz bedrohte. Hinter dem «gerechten» Preis steht also die Auffassung, Stabilität stelle einen Wert an sich dar und der Konsument gewänne an einem etwas tieferen Preis weniger, als er in seiner Eigenschaft als Glied der Gemeinschaft verlöre, wenn das politische und soziale Gleichgewicht ständig gefährdet sei und sozialer Unfriede als Folge zu geringer Entgeltung produktiver Leistungen entstehe. Die Genossenschaften glaubten, dabei durchaus noch auf dem Boden des Leistungsprinzips zu stehen, da sie überzeugt waren, einen genügenden Einfluss auf den Konsummärkten zu besitzen, um den Detailhandel zu vollwertigen Leistungen zwingen zu können. Die Genossenschaften kalkulierten ihre Preise grundsätzlich so, dass der Detailhandel ihnen zu folgen vermochte, wobei sie allfällige Kostenvorteile ihren Mitgliedern in der Form der den Rabatt des Detaillisten meist übersteigenden Rückvergütung weitergaben. Sie glaubten, den Detailhandel auch zu allfälligen sich aufdrängenden Kostensenkungen und zu zumutbaren Rationalisierungsmassnahmen veranlassen zu können, indem sie selbst ihre Preise in diesem Masse senkten, war er doch im allgemeinen gezwungen, der Preispolitik der Genossenschaften zu folgen. Wo diese einen solchen Preisdruck ausübten, war er aber, gemäss dem Prinzip des «gerechten» Preises, so geartet, dass er den Detailhandel keinesfalls in seiner Existenz bedrohte.

Trotzdem entspringt diese Konzeption des «gerechten» Preises stationärem Denken. Sie war für die Genossenschaften erst denkbar, nachdem sie sich im Detailhandel eine Bedeutung erobert hatten, die sie als gesichert und befriedigend erachteten. Die Auffassung, Preissenkungen hätten dort zu unterbleiben, wo sie die bestehende berufliche Gliederung störten, ist nur insoweit haltbar, als man Umstellungen vermeiden will, die langfristig nicht gerechtfertigt, sondern bloss auf konjunkturelle Einflüsse oder nur kurzfristig wirkende Kräfte exogener Natur (z. B. Kriegsereignisse) zurückzuführen sind. Unter Umständen konnte auch versucht werden, die Auswirkungen langfristig wirkender Kräfte zu verzögern, um

Zeit für eine möglichst schmerzlose Anpassung zu gewinnen. Keinesfalls aber ist es unseres Erachtens gerechtfertigt, mittels der Konzeption des «gerechten» Preises die bestehende Gliederung der Wirtschaft gegenüber langfristig wirksamen Kräften konservieren zu wollen.

Die Politik des «gerechten» Preises stellt ein wertvolles Experiment dar, wenn sie versucht, den langfristigen strukturellen Kräften auf möglichst verlust- und schmerzlose Weise zum Durchbruch zu verhelfen. Wer diesen Versuch unternimmt, muss zweifellos selbst von höchst dynamischem Geist beseelt sein, weil andernfalls diese Preispolitik fast notwendig in den Versuch mündet, die bestehende Ordnung gegenüber langfristig wirksamen Kräften zu erhalten. Ein Erfolg solcher Bemühungen aber müsste zu einer Einbusse an Wohlstand führen, also die Ziele einer wohlverstandenen Konsumentenpolitik aufgeben. Es kann nicht gelegnet werden, dass die Genossenschaften der zwanziger Jahre die nötige innere Dynamik und Vitalität nicht mehr in genügendem Masse besaßen, um der Gefahr, bei der Befolgung einer Politik des «gerechten» Preises unbeweglich zu werden und bloss noch in alten Geleisen weiterzufahren, völlig zu entgehen.

Die vermehrte Beachtung, welche die ideellen und kulturellen Ziele der Genossenschaftsbewegung fanden, äusserte sich auch darin, dass der VSK seine Reserven in der Zwischenkriegszeit vermehrt zur Förderung kultureller Institutionen einsetzte und die immer noch lebhafteste Initiative der führenden Leute im VSK – auch hier muss besonders an Bernhard Jaeggi erinnert werden! – sich nun vermehrt in dieser Richtung betätigte – man denke an die genossenschaftliche Siedelung Freidorf, an das Genossenschaftliche Seminar Freidorf, an die Patenschaft Co-op, an das Kinderheim Mümliswil oder an die Co-op Ferienheime⁵⁴.

Die genossenschaftliche Eigenproduktion wurde nicht mehr mit dem gleichen Elan wie vor dem Kriege gefördert. Von grösserer Bedeutung war während der zwanziger Jahre einzig der Ausbau der Bankabteilung des VSK zur «Genossenschaftlichen Zentralbank» (1927). Der VSK verzichtete weitgehend auf das Eingreifen in neue Erwerbszweige und beschränkte sich im allgemeinen auf den Ausbau der bestehenden Einrichtungen. Als Ausnahme sei der Erwerb der Zigarrenfabrik Menziken im Jahre 1929, die bis 1949 von einer Zweckgenossenschaft des VSK betrieben wurde, erwähnt.

⁵⁴ Vgl. Handschin, «Der VSK», a. a. O., S. 196 ff.

3. Die Konsumgenossenschaften in den dreissiger Jahren – Die Migros

Die Durchführung des «gerechten» Preises durch die Genossenschaften trug zu einer Entwicklung bei, welche diese wohl nicht vorausgesehen hatten. Im Jahre 1925 wurde durch *Gottlieb Duttweiler* mit der *Migros AG*⁵⁵ eine Unternehmung gegründet, welche jene einseitige Billigpreispolitik wieder aufnahm, welche die Genossenschaften aus wohlüberlegten Gründen aufgegeben hatten. Die konsequente Befolgung des Prinzips der Nettopreise durch die Migros und ihre Ablehnung aller Rückvergütungen und Rabatte liess sie dem Detailhandel sogar noch gefährlicher werden, als die Konsumvereine je gewesen waren. Das Rückvergütungssystem und die vorläufige Berechnung sogenannter «Tagespreise» waren doch geeignet gewesen, den unmittelbar fühlbaren Konkurrenzdruck wesentlich zu mildern⁵⁶. Wenn auch die aggressive Preispolitik der Migros die Genossenschaften in ihrer Überzeugung von der Richtigkeit ihrer neuen Auffassungen nicht abbringen konnte, so hatte sie doch die unerwünschte Folge, dass die Veränderungen, die sich innerhalb der Genossenschaften vollzogen hatten, durch die Kontrastwirkung gegenüber der Migros jetzt deutlicher wurden. Es war den Genossenschaften nun erschwert, eine Politik des «gerechten» Preises durchzuführen und gleichzeitig doch noch den Sammelpunkt aller jener Konsumenten zu bilden, welche für eine aggressive Billigpreispolitik eintraten. Die Migros zwang die Genossenschaften, auch die Konsequenzen des «gerechten» Preises auf sich zu nehmen, nämlich den Verlust eines grossen Teils jener Mitglieder, welche mit dieser Auffassung nicht einig gingen. Das war für die Genossenschaften besonders auch deshalb unerfreulich, weil in den dreissiger Jahren viele Konsumenten in höherem Masse als früher gezwungen waren, möglichst billig einzukaufen.

Die extreme Billigpreispolitik zwang die Migros zu äusserster Rationalisierung. Zu erwähnen ist hier vor allem, dass die Migros ein viel weniger umfassendes Warenassortiment führte als der übrige Detailhandel, indem sie anfangs bloss eine sehr beschränkte Anzahl von Artikeln vermittelte und von jedem Artikel bloss eine einzige Marke und nur

⁵⁵ Zu den Besonderheiten der Migros vgl. *Fritz Marbach*, Eine neue Methode des Lebensmittelverkaufs, in «Magazin der Wirtschaft», 6. Jahrgang, Nr. 18; *Heinrich Spoerry*, Das Problem der Handelsrationalisierung in grundsätzlicher Beleuchtung, Wädenswil 1932; *EPK*, «Lebensmittelkleinhandel» (1. Heft), a. a. O., S. 57 ff.; *René Guignard*, Das Migros-Problem, Basel 1950; *Willi Feurer*, Migros, Eine schweizerische Lebensmittelverkaufsorganisation, Eine kritische Würdigung, in «Zeitschrift für handelswissenschaftliche Forschung» 1951, S. 49.

⁵⁶ Vgl. *EPK*, «Lebensmittelkleinhandel» (3. Heft), a. a. O., S. 5/6.

wenige Standardqualitäten anbot. Der Verkaufsakt selbst wurde vereinfacht durch die Verpackung aller Artikel bereits im Zentrallager zu ungeraden Gewichten, aber geraden, den Verkauf beschleunigenden Preisen, durch den Verkauf zu Migros-Quantitäten und durch die Verweigerung jedes Kundenkredits. Zudem betrieb die Migros nur Filialen mit viel grösseren Umsätzen, als sie die Verteilstellen der Genossenschaften oder gar der Detailhandel erzielten. Auch die Umsätze pro Verkaufsperson waren bedeutend höher. Die Migros vermochte überdies ihre Einkäufe viel besser zu konzentrieren als z.B. der VSK, da sie nicht so sehr auf Einzelwünsche einzelner lokaler Migros-Gesellschaften (seit 1941 Migros-Genossenschaften) einzugehen brauchte. Das erlaubte ihr, auf ihre Lieferanten einen teilweise bedeutenden Preisdruck auszuüben. Sie ging auch rasch in weitem Masse zur Eigenproduktion über.

Alle diese Besonderheiten erlaubten der Migros, zu bedeutend niedrigeren Kosten zu arbeiten als der Detailhandel und auch als die Konsumgenossenschaften und die Betriebsspanne äusserst niedrig zu halten. Sie unterstützte diese Bestrebungen durch eine überaus geschickte Reklame (Argumentenreklame, Erwerbung der Sympathien des «Mannes von der Strasse», Kampf gegen Trusts usw.), die allerdings in ihren Angriffen gegen die Konkurrenz den richtigen und anständigen Ton oft nicht fand. Entscheidend für die Erfolge der Migros war aber auch die Dynamik, die Elastizität und der Ideenreichtum ihres Gründers und Chefs, Gottlieb Duttweiler, der indessen gerade wegen dieser Eigenschaften seinen Gegnern auch viel Stoff für berechtigte Angriffe lieferte.

Mit dem Auftreten der Migros wurde die Konkurrenz im Detailhandel wieder in vermehrtem Masse zu einer Preiskonkurrenz. Die Konkurrenz zwischen den Genossenschaften und dem Detailhandel hatte sich in den zwanziger Jahren mehr und mehr darauf beschränkt, dass man bei weitgehend gegebenen Preisen versuchte, den Konsumenten möglichst grosse Dienstleistungen, wie individuelle Bedienung und Kundenberatung, grosse Auswahl, freundliche Ladenlokale und Nähe des Ladenlokals bei der Wohnung des Konsumenten, zu bieten. Indem die Migros bewusst auf solche Dienstleistungen in gewissem Masse verzichtete, um tiefere Preise gewähren zu können, nahm sie eine Tradition wieder auf, welche auch die Konsumvereine in ihrer Frühzeit geübt, seither aber aufgegeben hatten.

Die Reaktion, auf welche die Migros bei ihrer Konkurrenz stiess, war derjenigen ähnlich, gegen welche die Genossenschaften seinerzeit ankämpfen gehabt hatten. Der traditionelle Detailhandel, zu dem nun die Genossenschaften zu zählen waren, suchte mittels einer massiven Gegenpropaganda im Publikum gegen die Migros Stimmung zu machen. Die

Migros wurde dabei vor allem illoyaler Konkurrenz beschuldigt, da sie gewisse Artikel zu «Schleuderpreisen» anbiete (ungleichmässige Kalkulation), gewisse günstig eingekaufte «Schlager» nur «auf Vorrat» verkaufe, aber nicht fest ins Sortiment aufnehmen, auf Lieferanten einen übermässigen Preisdruck ausübe, der zu unsozialem Lohndruck führen müsse, ihr Personal übermässig beanspruche und in ihrer Propaganda oft unwahre Behauptungen aufstelle. Auch wurde der Migros die Taktik, dem Detailhandel die «schlechten Risiken» zu überlassen, sich selbst aber auf die Vermittlung der «zügigen» Artikel zu beschränken, als illoyal vorgeworfen.

Zweifelloso waren solche Vorwürfe gegen die Migros höchstens teilweise berechtigt⁵⁷. Die neuen Vertriebsmethoden der Migros entsprachen gewiss einem Bedürfnis. Auch wenn man gewisse Methoden der Migros nicht verteidigen will und kann, geht es nicht an, die neue Sortimentsgestaltung, die in den *super markets* ihren extremsten Ausdruck findet, sowie die andern Rationalisierungsmassnahmen der Migros, als illoyal zu diffamieren und abzutun.

Der Abwehrkampf gegen die Migros war womöglich noch intensiver als früher derjenige gegen die Konsumvereine, weil der Detailhandel jetzt viel besser organisiert war als zur Frühzeit der Genossenschaften und die Migros selbst ihre Angriffe in überaus aggressiver Weise und mit grossem Propagandaaufwand vortrug. Zudem ging die soziale Note der ersten Konsumvereine sowohl aus ihrer Entstehungsgeschichte wie aus ihrem organisatorischen Aufbau doch so deutlich hervor, dass es dem Detailhandel damals ungleich schwerer fiel, den Konsumvereinen ihre ehrlichen konsumentenpolitischen Absichten abzustreiten, als dies jetzt gegenüber der Migros AG möglich war⁵⁸.

Genossenschaften und Detailhandel waren im Kampf gegen die Migros zu Verbündeten geworden. Allerdings ging der Detailhandel in diesem Abwehrkampf viel weiter als die Genossenschaften. Er suchte auch den Staat zu gewinnen, ihn vor der Expansion der Migros durch interventionistische Massnahmen zu schützen. Was seinerzeit im Kampf gegen die Konsumvereine als aussichtslos angesehen wurde, gelang jetzt, da das

⁵⁷ Vgl. EPK, «Lebensmittelkleinhandel» (1. Heft), a. a. O., S. 66, S. 72, S. 84 und S. 89.

⁵⁸ Auch nachdem sich die Migros im Jahre 1941 die Rechtsform der Genossenschaft zugelegt hatte, blieb die Tatsache bestehen, dass sie nicht echt genossenschaftlich von unten nach oben, auf dem Weg der Selbsthilfe, entstanden war. Diese Genossenschaften stellen vielmehr ein «Geschenk» der Familie Duttweiler an die Migros-Kunden dar. Zwar musste die Migros ihre Organisation den Bestimmungen des Genossenschaftsrechts anpassen, doch hatten diese Reformen an den tatsächlichen Machtverhältnissen innerhalb der Migros einstweilen nur wenig geändert. (Vgl. Hans E. Mühlemann, Rochdale und die Migros, Basel 1942.)

Prinzip der Handels- und Gewerbefreiheit nicht mehr so unangreifbar war wie vor dem Ersten Weltkrieg, verhältnismässig rasch und mühelos. Auf das Jahr 1934 wurde ein Bundesbeschluss, der die Eröffnung oder Erweiterung von Warenhäusern und Filialbetrieben verbot (der sogenannte «Filialbeschluss»), in Kraft gesetzt.

Die Genossenschaften standen diesem Gesetz nicht unsympathisch gegenüber, solange sie Grund hatten, anzunehmen, sie selbst sollten angesichts ihres nunmehr doch erträglichen Verhältnisses zum Detailhandel von dieser Regelung ausgenommen werden. Sie sahen sich in dieser Erwartung jedoch enttäuscht. Die alte Feindschaft zwischen Konsumvereinen und Detailhandel war noch zu wenig vergessen, als dass dieser darauf hätte verzichten können, auch die Genossenschaften zurückzubinden.

Die in jenen Jahren herrschende Wirtschaftskrise hatte die Verdienstverhältnisse des Detailhandels empfindlich geschwächt, während die Genossenschaften von ihr viel weniger betroffen worden waren. Es ist deshalb verständlich, dass der in den zwanziger Jahren so selbstbewusste Detailhandel auch die Genossenschaften wieder vermehrt als Bedrohung empfand und den «Filialbeschluss» als Schutz auch gegen sie forderte. Grundsätzlich haben die Genossenschaften trotz der scharfen Konkurrenz durch die Migros am «gerechten» Preis festgehalten, wenn sie auch in Einzelfällen, als Kampfmassnahme gegen die Migros oder aus wirtschaftspolitischen Erwägungen (Kampf gegen die Teuerung), davon abgingen. Aber die neuen Konkurrenzverhältnisse haben doch mitgeholfen, die Genossenschaften davor zu bewahren, der Versuchung zu erliegen, den «gerechten» Preis als «Ruhekissen» zu betrachten. Sie haben die Genossenschaften zu beschleunigter Anwendung möglicher betrieblicher Verbesserungen gezwungen, indem sie bewirkten, dass diese Massnahmen nicht nur aus einem Verantwortungsgefühl gegenüber den Konsumenten und dem Volksganzen, sondern auch aus Gründen der Konkurrenz, und deshalb rascher und vielleicht gründlicher, vorgenommen wurden. Die Genossenschaften haben gelernt, den «gerechten» Preis in einem dynamischen Sinne zu interpretieren, wonach auf Fortschritte und Verbesserungen auch dann nicht verzichtet werden soll, wenn dies Veränderungen der beruflichen und sozialen Gliederung der Volkswirtschaft erfordert. Nur sollen diese Umstellungen nicht auf rücksichtslose Art und Weise forciert werden, sondern in einer Art und Weise vor sich gehen, die möglichst wenig Umstellungsverluste verursacht und auch sozial gerechtfertigt ist, den langfristigen Interessen der Gemeinschaft also am besten entspricht.

4. Die Situation der Konsumgenossenschaften nach Beendigung des Zweiten Weltkrieges

Während der Zeit des Zweiten Weltkrieges, in welcher der «Filialbeschluss» noch immer gültig war, legten kriegswirtschaftliche Sorgen auch im Detailhandel mit Lebensmitteln die Kräfte in Beschlag, so dass für Auseinandersetzungen zwischen den verschiedenen Gruppen dieser Branche wenig Raum blieb. Nach Beendigung des Krieges erreichten die Grossunternehmungen des Detailhandels die Aufhebung des umstrittenen «Filialbeschlusses». Da der Detailhandel ein Wiederaufleben des seit 1934 gestauten Expansionsdranges der Grossunternehmungen befürchtete, das für ihn zu einer Katastrophe führen werde, verschlechterte sich sein Verhältnis zur Konkurrenz wieder sehr.

In der Folge zeigte sich allerdings, dass der Detailhandel für den wiederbeginnenden Konkurrenzkampf durchaus gerüstet war – obwohl er dies in der Regel nicht zugab. Wohl eröffneten die Migros und die Genossenschaften eine ganze Zahl von neuen Betrieben, doch wirkte sich diese Expansion nur in Ausnahmefällen als direkte Bedrohung mittelständischer Betriebe aus.

Die Preispolitik der Genossenschaften beruht im allgemeinen noch immer auf der Basis knapp kalkulierter Tagespreise, die ruhig als «gerechte» Preise angesehen werden dürfen. Trotzdem besteht für sie die Versuchung nicht mehr, den «gerechten» Preis als «Ruhekissen» zu betrachten. Sie stehen mit dem leistungsfähig und auch widerstandsfähig gewordenen Detailhandel und mit der Migros in hartem Konkurrenzkampf, der alle Aufmerksamkeit in Anspruch nimmt und kein «Ausruhen» gestattet. Sie durften in diesem Konkurrenzkampf Erfolge verzeichnen, aber von einem «Sieg» über den Detailhandel kann keine Rede sein, trotzdem sich dieser auch heute noch hin und wieder als «bedroht» hinstellt.

Auch die genossenschaftliche Eigenproduktion war seit Mitte der dreissiger Jahre und besonders unmittelbar nach dem Kriege wieder vermehrt gefördert worden (Neuerrichtung der Kaffeerösterei, zwei Teigwarenfabriken, die Schifffahrtsgesellschaft «Silag», zwei Seifenfabriken, eine Fabrik für chemisch-technische Produkte), ohne dass natürlich von einer beginnenden «Vergenossenschaftlichung der Produktion» die Rede sein könnte⁵⁹.

Nutznieser des trotz Hochkonjunktur herrschenden intensiven Wettbewerbs im Detailhandel, der alle Beteiligten zu Höchstleistungen zwingt,

⁵⁹ Vgl. Handschin, «Der VSK», a. a. O.

ist zweifellos der Konsument. Ohne die Konkurrenz durch die Konsumgenossenschaften und die Migros würde der Detailhandel sicherlich in seinem Leistungswillen wieder erlahmen, während die Konsumenten auch aus der Konkurrenz zwischen den historischen Konsumgenossenschaften und den Migros-Genossenschaften zweifellos Nutzen ziehen.

5. Zur angeblichen Expansion der Konsumgenossenschaften

Es bleibt uns noch zu untersuchen, wie die geschilderten geistigen Wandlungen innerhalb der Genossenschaftsbewegung und die wirtschaftliche Entwicklung des Detailhandels sich in der zahlenmässigen Entwicklung der Genossenschaften widerspiegeln. Leider besteht auch für die neuere Zeit keine Statistik über die Umsätze des schweizerischen Detailhandels mit Lebensmitteln, insbesondere fehlen Zahlen über die Umsätze des mittelständischen Detailhandels, so dass nicht genau festgestellt werden kann, wie sehr die angebliche Expansion der Genossenschaften dessen Umsätze beeinträchtigte. Hingegen bestehen genaue Statistiken über die Umsätze der den Verbänden angeschlossenen Konsumgenossenschaften, so dass man sich über deren Ausdehnung selbst ein ziemlich genaues Bild machen kann. Zur Beurteilung ihrer Umsätze im Vergleich mit denjenigen des mittelständischen Detailhandels ist man allerdings auf Schätzungen angewiesen.

Kolonne 4 der Tabelle 7 stellt die Summe der Umsätze der VSK-, Konkordia- und VOLG-Genossenschaften in den angeführten Jahren dar. Sie stiegen von 360 Millionen Franken im Jahre 1920 auf 800 Millionen Franken im Jahre 1950 und 970 Millionen Franken im Jahre 1954. Ein Teil dieser Umsatzzunahme ist aber nicht auf eine Verdrängung des privaten Detailhandels, sondern auf die Bevölkerungszunahme der Schweiz zurückzuführen. Um deren Einfluss auszuschalten, wurde der Umsatz pro Einwohner der Schweiz berechnet, der von 93,4 Franken bloss auf 171,2 und 198,1 Franken stieg (Kolonne 6). Um auch die Schwankungen des Geldwertes zu berücksichtigen, wurden diese Beträge in Franken von 1914 umgerechnet⁶⁰ (Kolonne 8). Die Umsätze der Kon-

⁶⁰ Der Verfasser ist sich der Problematik einer 35 Jahre umfassenden Reihe von Indexziffern durchaus bewusst. Da hier aber bloss ein ungefähres Bild von Entwicklungstendenzen und Grössenordnungen gegeben werden soll und da die Veränderungen des Bedarfs an Lebensmitteln, den der VSK-Index zur Hauptsache untersucht, weniger bedeutend sind als die Nachfrageverschiebungen in andern Bedarfssektoren, glaubt der Verfasser, die Umrechnung in Franken von 1914 verantworten zu können.

Der VSK-Index wurde verwendet, weil er auf den Preisen der Konsumgenossen-

sumgenossenschaften pro Einwohner der Schweiz stiegen demnach von 38 Franken von 1914 im Jahre 1920 auf 75 derartige Franken im Jahre 1950 und 81 Franken im Jahre 1954, verdoppelten sich also im Zeitraum von 30 Jahren. Diese Ausdehnung erscheint auf den ersten Blick als recht beträchtlich, doch muss bei der Beurteilung dieser Ziffern folgendes beachtet werden:

1. Die Umsatzziffern der Genossenschaften enthalten auch Umsätze an andern Artikeln als bloss an Lebensmitteln, so vor allem an Textilien, Haushaltartikeln, Schuhen, Brennmaterialien, landwirtschaftlichen Bedarfsgütern usw. Da diese Artikel von vielen Vereinen erst in jüngerer Zeit ins Sortiment aufgenommen und besonders gefördert wurden, sind die Zahlen unserer Tabelle als Ausdruck der Umsatzsteigerung bloss an Lebensmitteln und Reinigungsmitteln überhöht.

Tabelle 7

Die Umsätze der Konsumgenossenschaften 1920–1950

Jahr	1 VSK- Genossen- schaften in Mill. Fr. ⁶¹	2 VOLG in Mill. Fr. ⁶²	3 Kon- kordia in Mill. Fr. ⁶³	4 Total in Mill. Fr.	5 Bevölke- rung der Schweiz in Mill. ⁶⁴	6 Total pro Ein- wohner in Fr.	7 Index der Lebens- haltungs- kosten (Juni 1914 = 100) ⁶⁵	8 Total pro Ein- wohner in Fr. von 1914
1920	325,9	25,3	13,0	364,2	3,9	93,4	247	38
1925	276,4	23,3	9,9	309,6	3,9	79,4	166	48
1930	296,5	21,4	8,6	326,5	4,1	79,6	149	53
1935	273,9	18,8	6,7	299,4	4,2	71,3	111	64
1938	307,1	21,7	6,9	335,7	4,2	79,9	131	61
1940	350,2	29,7	7,5	387,4	4,2	92,2	151	61
1945	470,7	42,6	10,8	524,1	4,4	119,1	220	54
1950	728,2	62,0	14,6	804,8	4,7	171,2	227	75
1954	888,0	67,4	15,3	970,7	4,9	198,1	244	81

schaften beruht und für die Beurteilung der Veränderungen ihrer Umsätze deshalb als besonders geeignet erscheint.

⁶¹ *Taschenkalender des VSK*, 1955, S. 173.

⁶² Vgl. *VOLG*, Jahresberichte.

⁶³ Vgl. *Verband der Genossenschaften Konkordia der Schweiz*, 46. Geschäfts-Bericht 1953/54, S. 11.

⁶⁴ Mittlere Wohnbevölkerung der Schweiz nach den *Statistischen Jahrbüchern* der Schweiz.

⁶⁵ Es sind hier die Jahresdurchschnitte des Index angegeben, den der VSK seit 1914 auf Grund des Jahresaufwands einer «Normalfamilie», bestehend aus zwei Erwachsenen und drei Kindern, wie er 1912 aus der Haushaltstatistik des schweiz. Arbeitersekretariats hervorging, berechnet. Berücksichtigt ist der Verbrauch an Nahrungsmitteln, Brennstoffen und Seifen zu den Preisen der Konsumvereine. Vgl. Anmerkung 60.

2. Die Expansion der Genossenschaften zwischen 1920 und 1925 war überdurchschnittlich gross, weil sie während der Kriegszeit in ihrer Entwicklung gehemmt gewesen waren. Die Ausdehnung nach dem Ersten Weltkrieg stellt teilweise die Befriedigung eines «Nachholbedarfs» aus dem Kriege dar. Aus diesem Grunde erhalten wir von der Expansion der Genossenschaften ein zutreffenderes Bild, wenn wir bloss den Zeitraum der 29 Jahre von 1925 bis 1954 betrachten, in dem sich ihre realen Umsätze pro Einwohner der Schweiz um ungefähr 69% erhöhten, was einer jährlichen Steigerungsquote von etwa 1,8% entspricht.

3. Es empfiehlt sich, die Umsätze der Genossenschaften mit dem Volkseinkommen zu vergleichen. Da in dieser Zeit auch das reale Volkseinkommen pro Einwohner gestiegen ist, hat ihre Expansion mindestens teilweise bloss die Expansion des mittelständischen Detailhandels und vielleicht noch dessen Anteil an den Gesamtumsätzen des Detailhandels, nicht aber dessen absolute Umsätze beeinträchtigt.

Das Volkseinkommen der Schweiz wurde erstmals im Jahre 1938 berechnet. Danach ist das verfügbare persönliche Nominaleinkommen pro Einwohner der Schweiz von 1777 Franken im Jahre 1938 auf 3530 Franken im Jahre 1954, also um 100%, gestiegen⁶⁶. Die nominalen Umsätze der Konsumgenossenschaften pro Einwohner der Schweiz sind dagegen von 79,9 Franken im Jahre 1938 auf 198,1 Franken, also um 148%, gestiegen, was einer durchschnittlichen Steigerung von 5,8% pro Jahr entspricht, gegenüber einer Steigerung des verfügbaren Einkommens pro Kopf um 4,3% jährlich. Da die Steigerung des persönlichen Einkommens zu einem guten Teil teuerungsbedingt war, haben sich die gesamtschweizerischen Detailumsätze mit Lebensmitteln pro Einwohner trotz der unterdurchschnittlichen Einkommenselastizität dieser lebensnotwendigen Artikel wohl in ähnlichem Masse gehoben. Wenn man auch den noch geringen Anteil der Konsumgenossenschaften an den Gesamtumsätzen des Detailhandels mit Lebensmitteln und den Anteil von Nichtlebensmitteln an der Umsatzsteigerung der Konsumgenossenschaften berücksichtigt, darf man deshalb annehmen, dass die durchschnittliche jährliche Steigerung ihrer Umsätze pro Einwohner der Schweiz die realen Umsätze des mittelständischen Detailhandels mit Lebensmitteln nicht vermindert, sondern höchstens deren Steigerung verlangsamt hat.

Das Wachstum der Genossenschaften ist sehr unregelmässig vor sich gegangen. *Im Jahrfünft von 1920 bis 1925* stieg ihr realer Umsatz pro Kopf der schweizerischen Bevölkerung um 26% von 38 Franken von 1914 auf 48 solche Franken. Zwar sind die Wertumsätze gesunken, doch dies

⁶⁶ *Statistisches Jahrbuch der Schweiz* 1954, S. 355.

wurde durch den damaligen Preisfall mehr als aufgehoben. Diese mengenmässige Umsatzzunahme ist um so beachtlicher, als damals eine Wirtschaftskrise herrschte, eine Anpassungskrise als Nachwirkung des Ersten Weltkrieges. Angaben über das Volkseinkommen jener Zeit fehlen, doch wird es wahrscheinlich nicht gefallen, sondern eher gestiegen sein. Mindestens haben sich die gesamten Lebensmittelumsätze des schweizerischen Detailhandels nach Aufhebung der Rationierung und infolge der Wiederbelebung der Einfuhr stark erhöht. Entsprechende Zahlen über die Umsatzentwicklung des Detailhandels sind leider nicht vorhanden, doch klagte dieser während jener Zeit keineswegs über eine Bedrohung durch die Genossenschaften. Seine Umsätze sind damals vermutlich ebenso stark gestiegen wie diejenigen der Genossenschaften.

Das Jahrzehnt von 1925 bis 1930 brachte angesichts der damaligen Hochkonjunktur eine eher bescheidene Expansion der Genossenschaften; ihre Umsätze stiegen von 48 Vorkriegsfranken pro Einwohner der Schweiz auf 53 Franken (+ 10%).

Während der Weltwirtschaftskrise im Jahrzehnt zwischen 1930 und 1935 stiegen die realen Umsätze der Genossenschaften pro Einwohner der Schweiz überraschend stark um 21%. Anscheinend führten Arbeitslosigkeit und Lohnabbau zu einer Abwanderung mancher Konsumenten vom Detailhandel zu den Genossenschaften. Diese reale Umsatzzunahme erfolgte, trotzdem das Volkseinkommen gegenüber 1930 im Jahre 1935 um 20%⁶⁷ gesunken war. Die Depression dieser Jahre hat dem Detailhandel die grössern Schwierigkeiten bereitet als den Genossenschaften.

Auf Betreiben des Detailhandels erfolgte deshalb im Jahre 1934 das Verbot der Eröffnung neuer Filialen durch Grossbetriebe des Detailhandels. Dieses Verbot trug wohl dazu bei, dass die Genossenschaften *im Jahrzehnt von 1935 bis 1940* die Folgen der allerdings bereits abklingenden Weltwirtschaftskrise stärker zu spüren bekamen. Die realen Umsätze pro Kopf fielen um 5%, *von 1940 bis 1945* sogar um 11%, dies allerdings auch als Folge von Krieg und Lebensmittelrationierung.

Das Jahrzehnt von 1945 bis 1950 brachte eine rasche Erhöhung der Umsätze der Genossenschaften, was eine Erholung nicht nur von den Kriegsfolgen, sondern, nach dem Fallen des «Filialverbots», auch von ihrem Entwicklungsrückstand infolge dieser Einschränkung bedeutete. Die realen Umsätze pro Kopf der schweizerischen Bevölkerung stiegen auf den neuen Höchststand von 75 Franken der Kaufkraft von 1914, was eine Erhöhung

⁶⁷ Das Nominaleinkommen der Schweiz sank von 9,3 Milliarden Franken im Jahre 1930 auf 7,4 Milliarden Franken 1935. Die Volkseinkommensziffern der Jahre vor 1938 sind mit denjenigen nach 1938 nicht vergleichbar und stellen zudem nachträgliche Schätzungen dar.

um 39% darstellt! Dabei ist allerdings zu beachten, dass auch das reale Volkseinkommen pro Kopf in dieser Zeit von 96 Punkten auf 112 Punkte (1938 = 100), also um 17%, gestiegen war⁶⁸. So erscheint die Expansion der Genossenschaften in der Nachkriegszeit, bei Berücksichtigung auch ihres «Nachholbedarfs» und des Fallens der Rationierungsvorschriften, doch als für den Detailhandel nicht so bedenklich, wie diese Zahlen auf den ersten Blick vermuten lassen.

Auch *zwischen 1950 und 1954* war die Entwicklung der Genossenschaften beachtlich. Ihre Umsätze stiegen von 804,8 Millionen auf 970,7 Millionen Franken (+ 20,6%); pro Einwohner von 171,2 auf 198,1 Franken (+ 15,7%); in Franken von 1914 von 75 Franken auf 81 Franken pro Einwohner (+ 8,0%). Diese Zahlen müssen aber mit dem Steigen des Volkseinkommens verglichen werden: es stieg nominal von 18,1 Milliarden auf 21,9 Milliarden Franken (+ 21,0%), unter Berücksichtigung der Teuerung (VSK-Index) auf 21,3 Milliarden Franken von 1950 (+ 17,7%). Das verfügbare persönliche Einkommen pro Einwohner erhöhte sich von 3110 Franken auf 3530 Franken um 13,5%.

Dass die Entwicklung der Konsumgenossenschaften in der Nachkriegszeit kaum auf Kosten des Detailhandels gegangen ist, erhellt auch aus folgendem Vergleich der Umsatzzahlen des VSK und der Usego, trotzdem es sich hier um Grosshandelsumsätze handelt.

Tabelle 8
Vergleich der Umsätze VSK – Usego

	Jahr	VSK			Usego		
		absolut Mill. Fr.	Verhältnisse		absolut Mill. Fr.	Verhältnisse	
Umsatz total	1945	282,2	100,0	—	151,6	100,0	—
	1950	489,7	169,3	100,0	239,8	158,2	100,0
	1954	569,9	197,1	116,4	272,5	179,7	113,6
Umsatz pro Laden (VSK) bzw. pro Mit- glied (Usego)		Fr.			Fr.		
	1945	112 485	100,0	—	36 743	100,0	—
	1950	167 762	149,1	100,0	54 438	148,2	100,0
	1954	183 130	162,8	109,2	61 693	167,9	113,3

Blosse Steigerungsquoten besagen aber nicht genug, um sich über die angebliche «Expansion der Genossenschaften» ein Urteil zu bilden. Durch eine geringfügige prozentuale Steigerung ihrer Umsätze kann eine

⁶⁸ *Statistisches Jahrbuch der Schweiz* 1951, S. 323.

Riesenunternehmung unter Umständen eine absolute Monopolstellung erlangen, während die Steigerung der Umsätze einer kleinen Unternehmung um mehrere 100% die Struktur eines Wirtschaftszweiges praktisch überhaupt nicht zu verändern braucht.

Da eine Umsatzstatistik des Detailhandels mit Lebensmitteln fehlt, kann der Anteil der Genossenschaften an den gesamtschweizerischen Detailumsätzen mit Lebensmitteln nicht genau bestimmt werden, wir sind hier vielmehr auf Schätzungen angewiesen.

Der VSK hat den Anteil seiner Genossenschaften an den gesamtschweizerischen Detailumsätzen wie folgt geschätzt:

Tabelle 9

Pourcentage du débit des coopératives de l'U.S.C. dans le chiffre d'affaires du commerce suisse de détail

	1938	1947
Alimentation générale (épicerie et laiterie)	13,4	14,1
Boulangerie-pâtisserie	6,1	6,0
Boucherie	2,2	2,0
Total de l'alimentation	9,7	10,5
Total des branches	7,2	7,1 ⁶⁹

Auch wenn man diese Schätzung als etwas vorsichtig ansehen will, lässt sich doch nicht bestreiten, dass das geschilderte Wachstum der Genossenschaften von einer solchen Basis aus dem Detailhandel in absehbarer Zeit noch keineswegs gefährlich zu werden vermag. Auch waren die Verdienstverhältnisse des Detailhandels in der Nachkriegszeit so gut, dass von einer Bedrohung des mittelständischen Handels durch die Genossenschaften nicht die Rede sein konnte. In seinem Bestand war er keineswegs gefährdet, höchstens vermochte er sich von den wachsenden Märkten des Detailhandels in der Nachkriegszeit nicht jenen Anteil zu sichern, den seine Vertreter erhofft hatten.

In diesem Zusammenhang mögen auch die Schätzungen über die Umsatzanteile am schweizerischen Detailhandel, die Dr.J.Hürlimann vom Schweizerischen Institut für gewerbliche Wirtschaft in der SDZ vom 15. März 1949 veröffentlichte, interessieren:

⁶⁹ VSK, La pénétration coopérative en Suisse, Basel 1948, S. 12.

Tabelle 10

Anteile der verschiedenen Betriebsformen am Detailhandelsumsatz

Betriebsformen	Anteile in %	
	1938	1948
<i>Mittelständischer Detailhandel:</i>		
Nahrungs- und Genussmittel	20,0	18,7
Bäckerei, Konditorei	7,9	7,2
Metzgerei	10,6	8,9
Total Lebensmittelbranche	38,5	34,8
Sämtliche Branchen des mittelständischen Detailhandels .	74,0	72,5
Kleinere Filialunternehmungen	5,4	5,5
Total mittelständischer Detailhandel	79,4	78,0
Grössere <i>Filialunternehmungen</i> mit mindestens 4 Filialen . .	5,0	5,1
Warenhäuser	4,6	5,1
<i>Genossenschaften:</i>		
VSK-Genossenschaften 7,2 7,4		
Migros-Genossenschaften 1,6 2,0		
Landwirtschaftliche und übrige Genossen- schaften 2,2 2,4		
Total Genossenschaften	11,0	11,8
Total Filialunternehmungen, Warenhäuser und Genossenschaften	20,6	22,0
Total der Umsätze aller Betriebsformen des Detailhandels sämtlicher Branchen	100	100

Diese Statistik gibt, im Gegensatz zu unserer Tabelle 9, die prozentualen Anteile nicht am Detailhandel mit Lebensmitteln allein, sondern am gesamten schweizerischen Detailhandel wieder. Der Anteil des nichtmittelständischen Handels stieg danach zwischen 1938 und 1948 von 20,6% auf 22%, also um 6,8%. Die historischen Konsumgenossenschaften allein dehnten ihren Umsatz bloss von 9,4% auf 9,8%, also um 4,3% aus. Nimmt man den Umsatz des gesamten Detailhandels mit 45% des Volkseinkommens an⁷⁰, so betrug nach der Schätzung von Hürlimann der Umsatz des mittelständischen Detailhandels aller Branchen im Jahre 1938 3113 Millionen Franken (79,5% des totalen Detailumsatzes), während nach dieser Schätzung sein Umsatz im Jahre 1948 619 Millionen Franken (78,0%) betragen hatte, gemessen in Franken von 1938⁷¹ 3800 Millionen

⁷⁰ Vgl. *Hans E. Mahler*, Detailhandel im Umbruch, Zürich 1938.

⁷¹ Der vom BIGA berechnete Index der Kosten der Lebenshaltung betrug 1938 im Jahresdurchschnitt 100, im Jahre 1948 163 Punkte (August 1939 = 100).

Franken. Der reale Umsatz des mittelständischen Detailhandels ist also in diesen 10 Jahren gestiegen und war weit davon entfernt, durch die Expansion der Grossbetriebe dezimiert zu werden.

Vielleicht war im Detailhandel mit Lebensmitteln allein der Vormarsch der Grossunternehmungen ausgeprägter. Aber auch hier wird man nicht fehlgehen, wenn man annimmt, dass der mittelständische Detailhandel seine realen Umsätze mindestens gehalten hat. Wahrscheinlich hat er aber – nicht minder expansionslustig als die Grossbetriebe – sich ebenfalls einen Anteil am ausweitenden Markt zu sichern gewusst.

DIE ENTWICKLUNG
DES MITTELSTÄNDISCHEN DETAILHANDELS
MIT LEBENSMITTELN SEIT 1918

1. Zum Problem der Übersetzung des Detailhandels

Über den zahlenmässigen Bestand des Detailhandels mit Lebensmitteln geben uns die Ergebnisse der Eidgenössischen Betriebszählungen in den Jahren 1929 und 1939 Aufschluss. Leider liegen über die im Jahre 1955 durchgeführte Betriebszählung noch keine Zahlen vor; indessen wird sie vermutlich die Ergebnisse der vorangegangenen Zählungen bestätigen und beweisen, dass der mittelständische Detailhandel mit Lebensmitteln durch die «Expansion der Grossbetriebe» in seinem Bestand keineswegs gefährdet worden ist, sondern dass er sich zahlenmässig sogar weiterentwickelt hat. Die Ziffern über Neueröffnungen von Läden durch Grossunternehmungen, welche deren «Expansion» beweisen sollen⁷², sagen nämlich überaus wenig aus, solange nicht entsprechende Angaben über die Entwicklung des gesamten Detailhandels oder noch besser über den mittelständischen Detailhandel im besonderen vorliegen.

Die absolute Zahl der Einzelunternehmen in der Gruppe Spezereien und Gemischtwaren stieg von 14474 Firmen 1929 auf 16168 Firmen 1939, im Lebensmittelhandel überhaupt von 20262 auf 24068. Die Genossenschaftsläden vermehrten sich von 2499 auf 2853, bzw. von 2793 auf 3183. Allerdings sagen solche Statistiken über die wirkliche wirtschaftliche Situation des Detailhandels nur Unvollständiges aus. Gerade die Vermehrung der selbständigen Existenzen erschwerte die Konkurrenzlage des eingesessenen Detailhandels beträchtlich, verminderte sie doch die Umsätze der einzelnen Detaillisten noch weiter, nachdem diese schon infolge der Konkurrenz durch die Grossbetriebe und infolge der Wirtschaftskrise gesunken waren. Hingegen zeigt diese Statistik deutlich, dass es falsch war, die Notlage des Detailhandels während der Krisenjahre allein mit der Konkurrenz durch die Grossbetriebe zu erklären und diese Schwierigkeiten durch die Verhinderung einer weiteren Ausdehnung der Grossbetriebe beheben zu wollen. Der «Filibuster» vermochte allen-

⁷² Vgl. Gutersohn, «Der SGV», a. a. O., S. 289.

Tabelle 11
Betriebe und beschäftigte Personen im Kleinhandel 1929 und 1939

	Betriebe			Beschäftigte			Inhaber und Pächter		Inhaber und Pächter in % der beschäftigten Personen
	1929	1939	Zu- oder Abnahme in %	1929	1939	Zu- oder Abnahme in %	1929	1939	
Kleinhandel . .	48963	54893	+ 12	124275	138380	+ 11	34798	45235	28,0
Gemischtwaren- handel	3312	4623	+ 40 (!)	6293	10774	+ 71 (!)	2462	3505	39,1
Kleinhandel mit Lebensmitteln . .	24447	25145	+ 3	49537	51016	+ 3	15206	20006	30,7
Spezereihandel .	15605	16382	+ 5	31745	34098	+ 7	8548	12405	29,6
Kleinhandel mit Obst und Gemüse	2793	2489	— 11	4981	4655	— 7	2441	2377	49,0
									51,1 ⁷³

Die Bevölkerung der Schweiz ist dagegen bloss um 3,6% von 4,052 Mill. Personen im Jahre 1929 auf 4,199 Mill. Personen im Jahre 1939 gestiegen⁷⁴.

⁷³ Eidgenössische Betriebszählung 1939, Bd. 3, S. 3, S. 23, S. 62, S. 104/105 und S. 174.

⁷⁴ Statistisches Jahrbuch der Schweiz 1929, S. 22, und 1939, S. 13.

Tabelle 12

Kleinhandel mit Lebensmitteln

(Molkereiprodukte, Eier; Fleischwaren; Mehl und Mehlprodukte; Obst, Gemüse, Kartoffeln, Südfrüchte; Kaffee, Tee, Schokolade; Weine, Spirituosen; Bier; Tabakwaren; Gemischtwarengeschäfte)

Betriebe mit	Betriebe		Beschäftigte	
	1929 %	1939 %	1929 %	1939 %
1 Person	47,0	39,1	23,4	18,8
2-3 Personen	45,0	52,9	50,2	56,6
4-5 Personen	5,3	5,7	11,4	11,9
6-20 Personen	2,4	2,1	9,6	8,5
über 20 Personen	0,3	0,2	5,4	4,1
	100,0	100,0	100,0	100,0 ⁷⁵

Tabelle 13

Rechtsform der Kleinhandelsbetriebe

Rechtsform	Betriebe			
	Lebensmittel und Gemischtwaren		«Spezereien und andere Lebensmittel» und Gemischtwaren	
	1929 %	1939 %	1929 %	1939 %
Einzelperson	75,2	80,9	77,1	77,0
Aktiengesellschaft und Kommandit-Aktiengesellschaft. .	4,0	4,1	4,0	4,9
Genossenschaft	10,4	10,7	13,3	13,6
Einfache Gesellschaft	2,8	2,1	2,8	2,1
Kollektivgesellschaft	1,7	0,3	1,7	1,9
Kommanditgesellschaft. . . .	0,6	0,3	0,6	0,3
GmbH	0,0	0,0	0,0	0,0
Verein, Stiftung, öffentliche Hand	0,2	0,2	0,3	0,2 ⁷⁶

falls eine Verdrängung mittelständischer Betriebe zu verhindern, trug aber zu ihrer Sanierung nur wenig bei.

Die «neuen» Detaillisten, die zwischen 1929 und 1939 in den Detail-

⁷⁵ Vgl. *Marbach*, «Lebensmittelhandel», a. a. O., S. 51; *Eidgenössische Betriebszählung* 1929, Bd. 3, S. 141, und 1939, Bd. 3, S. 135.

⁷⁶ Vgl. *Marbach*, «Lebensmittelhandel», a. a. O., S. 52; *Eidgenössische Betriebszählung* 1929, Bd. 3, S. 224, und 1939, Bd. 3, S. 222.

handel eingedrungen waren, stellten teilweise Leute dar, welche die Wirtschaftskrise aus ihrem bisherigen Beruf gedrängt hatte und welche über die für einen Detaillisten notwendigen Fachkenntnisse sowie über genügendes Kapital in manchen Fällen nicht verfügten. Viele vermochten dies durch einen gesunden Unternehmungsgeist zu ersetzen, andere hingegen konnten sich auf die Dauer in ihrem neuen Tätigkeitsgebiet nicht halten. Im Zeitraum zwischen 1929 und 1939 wurden auf 100 zu Beginn dieser Periode bestehende Betriebe des Detailhandels 56 neue eröffnet, während ein Abgang von 42,5% der ursprünglich bestehenden Betriebe eintrat. Dabei sind die Betriebe, die während dieser Zeit neu gegründet und vor 1939 bereits wieder geschlossen wurden, nicht einmal erfasst⁷⁷.

Diese Zahlen lassen ermassen, wieviel Detaillisten während der Krisenjahre buchstäblich am Rande des Abgrundes gewirtschaftet haben mussten und wie gross der «Umschlag» in diesem Erwerbszweig war. Dieser «Umschlag» zeigt aber, dass es sich bei einer grossen Zahl von Detaillisten nicht um jene mittelständischen Mustermenschen handeln kann, die es angeblich aus staatspolitischen Gründen zu schützen gilt. Ein Teil der neu in den Detailhandel eingedrungenen Elemente stellte im Gegenteil in andern Berufen gescheiterte Existenzen dar, deren oft auf ungesunden Grundlagen durchgeführte Kalkulationen zugegebenermassen auch eingesessene und seriöse Detaillisten in Gefahr brachten.

Alle diese Erscheinungen sind Begleiterscheinungen und Folgen der *Übersetzung* des Detailhandels, einer strukturellen Krankheit dieses Wirtschaftszweiges, die stets im Hintergrund aller wirtschaftspolitischen Diskussionen um den Detailhandel gestanden hatte. Das Aufkommen der Migros verschärfte dieses Gebrechen, während die wirtschaftliche Depression der dreissiger Jahre die ökonomische Lage des Detailhandels aus konjunkturellen Gründen noch zusätzlich gefährdete. Es kann deshalb keineswegs verwundern, wenn in diesen Jahren die wirtschaftspolitischen Diskussionen und Kämpfe um den Detailhandel mit seit langem nicht mehr gesehener Heftigkeit wieder auflebten.

Aber nicht nur weil die Gebrechen, an denen der Detailhandel litt, sich *verschlimmerten*, begannen die Auseinandersetzungen um den Detailhandel damals wieder von neuem, sondern vor allem auch weil die Wirtschaftskrise und die neue Konkurrenz die Folgen dieser Übersetzung nun *offener zutage treten liessen*. Die Übersetzung des Detailhandels führte jetzt in zunehmendem Masse klar erkenntlich zu Einkommenseinbussen des Detailhandels, während dieser bisher die Tatsache seiner Überbesetzung durch

⁷⁷ Vgl. Gutersohn, «Freie Marktwirtschaft», a. a. O., S. 31/32; *Die Volkswirtschaft*, Bern 1947, S. 176.

nicht leicht erkennbare überhöhte Margen hatte teilweise verschleiern und deren Folgen auf die Konsumentenschaft überwälzen können.

Die Übersetzung des Detailhandels äusserte sich jetzt dadurch, dass dieser auch einem soliden und geschäftstüchtigen Detaillisten in vielen Fällen nicht mehr ein «mittelständisches» Einkommen zu sichern vermochte.

Die Buchhaltungsstelle des SGV untersuchte die Buchhaltungen über das Jahr 1934 von 80 Detailhandelsbetrieben. Das durchschnittliche Nettoarbeitseinkommen der Betriebsinhaber belief sich damals auf 2320 Franken⁷⁸, während nach der BIGA-Statistik über die Löhne verunfallter Arbeiter im Jahre 1934 ein ungelernter Arbeiter durchschnittlich 10 Franken pro Tag verdiente⁷⁹, was einen Jahresverdienst von 3000 Franken ergibt, wenn man mit jährlich 300 Arbeitstagen rechnet und also von Einkommensverlusten infolge von Arbeitslosigkeit absieht.

Nach der Statistik der Treuhandstelle des VSSp⁸⁰ betrug das Durchschnittseinkommen der Inhaber der 56 erfassten Betriebe der Gruppe «Kolonialwaren mit Früchten, Drogen und Milchprodukten» im Jahre 1934/35 2788 Franken, der 42 Betriebe der Gruppe «Kolonialwaren, Haushaltsartikel, Mercerie, Woll- und Tuchwaren» 1940 Franken und der 43 Betriebe einer dritten Gruppe «Kolonialwaren mit Nebengewerben» 2592 Franken⁸¹.

Diese auch aus konjunkturellen Gründen so geringen Einkommen der Detaillisten stellen aber nicht den Tatbestand der Übersetzung selbst dar, sondern bloss eine der möglichen Folgen dieser Erscheinung. Auch die Tatsache, dass die Zahl der Betriebe im Detailhandel rascher gewachsen ist als die Bevölkerung, ist nicht mit der Übersetzung des Detailhandels identisch, da dieses überproportionale Wachstum unter Umständen durch eine raschere Produktivitätssteigerung in der Warenproduktion als in den

⁷⁸ Vgl. Bruno Heiling, Der Schutz des mittelständischen Detailhandels, Diss. Bern 1937, S. 35–37.

⁷⁹ *Die Volkswirtschaft*, Bern 1935, S. 305.

⁸⁰ Vgl. Heiling, a. a. O., S. 45/46.

⁸¹ Im «Lebensmittel-Handel» vom 12. Februar 1954 werden neue Zahlen über die Einkommen im Spezereihandel bekanntgegeben. Die 460 von der betriebswirtschaftlichen Abteilung des Velede untersuchten Betriebe erzielten danach im Jahre 1953 ein Nettoeinkommen von 6570 Franken oder 6,1% ihres Umsatzes. Aus diesen Zahlen geht hervor, dass sogar in einem Jahr mit sehr gutem Geschäftsgang viele Detailhandelsbetriebe ein ungenügendes Einkommen erzielten – zweifellos ein Symptom einer auch heute noch bestehenden Übersetzung des Detailhandels mit Lebensmitteln. Allerdings wird man diese Zahlen nicht als für den Detailhandel mit Lebensmitteln repräsentativ bezeichnen können. Vermutlich haben sich doch vor allem solche Detaillisten einer betriebswirtschaftlichen Untersuchung durch ihren Verband unterzogen, deren Verdienst unterdurchschnittlich war. Sehr viele Spezereihändler haben in den guten Konjunkturjahren der Nachkriegszeit sehr befriedigend oder sogar sehr gut verdient.

Dienstleistungsbetrieben des Handels erklärt werden kann. Das Wesen der Übersetzung des Detailhandels besteht vielmehr darin, dass die grosse Zahl der Konkurrenten es den Detaillisten unmöglich macht, die Kapazität ihres Betriebes voll auszunützen oder sie sogar davon abhält, die Kapazität auf das optimale Mass auszudehnen. Zu untersuchen, in welchem Mass in den dreissiger Jahren eine solche Übersetzung des Detailhandels bestand und ob sie auch heute noch besteht, wäre Aufgabe einer Spezialarbeit.

Dabei muss allerdings beachtet werden, dass der Übergang zur grossbetrieblichen Detaillierung zu einer qualitativen Veränderung der angebotenen Dienstleistungen führt; besonders die individuelle Kundenbedienung und der persönliche Kontakt zwischen Kunde und Ladeninhaber können verlorengehen. Es ist dann eine Frage der subjektiven Bewertung durch die Konsumenten, welche Verteilungsform sie vorziehen. Insofern es jedoch möglich wäre, die Kosten des Detailhandels zu senken, indem man Kapazität und Umsätze der Einzelbetriebe erhöht und ihre Anzahl vermindert, ohne gleichzeitig den Charakter ihrer Dienstleistungen entscheidend zu verändern, muss von einer Übersetzung des Detailhandels gesprochen werden.

Die Ergebnisse von Spezialuntersuchungen vorbehalten, erscheint es dem Verfasser als wahrscheinlich, dass eine grosse Zahl von Detaillisten auch heute noch ihren Umsatz erhöhen könnten, etwa unter der Beschäftigung von wenigen Angestellten, wie das in Detailhandelsbetrieben anderer Branchen häufiger der Fall ist, ohne die Vorzüge, die ein mittelständischer Betrieb in den Augen vieler Konsumenten zu besitzen scheint, zu verlieren.

2. Die Organisationen des Detailhandels

a) Der «Schweizerische Detaillistenverband» (SDV)

Wir haben von der Entstehung des SRV, der sich seit 1930 «*Schweizerischer Detaillistenverband*» (SDV) nennt, bereits kurz gesprochen. Bis zum Jahre 1930 veröffentlichte er seine Mitgliederzahlen in den Jahresberichten. Danach hat sich die Zahl seiner Sektionen auf 81 im Jahre 1925 und 87 im Jahre 1930, mit 6627 bzw. 8208 Einzelmitgliedern, erhöht. Laut einer Mitteilung des Detaillistenverbandes an den Verfasser waren dem Verband 1952 rund 12000 Einzelhändler angeschlossen, wovon 30–35% Lebensmitteldetaillisten. Bei der Beurteilung dieser Zahlen ist zu berücksichtigen, dass der SDV die Spitzenorganisation nur der deutschschweizerischen Detaillisten darstellt; die Detaillisten der welschen Schweiz sind

der «*Fédération romande des détaillants*» angeschlossen. Die Gesamtzahl der schweizerischen Rabattvereine betrug 119 im Jahre 1930 und 125 im Jahre 1952, mit 15 154 bzw. 16 569 Einzelmitgliedern. Diese Zahlen enthalten auch die dem SDV nicht angeschlossenen Rabattvereine⁸².

Die Tätigkeit des SRV bewegte sich zunächst in den nämlichen Bahnen wie vor dem Kriege:

1. *Organisation des Rabattwesens* und Behandlung aller damit zusammenhängenden Fragen.

2. *Ausbau der Verbandspresse*. Das Kundenblatt des SDV, das «*Schweizerische Wirtschaftliche Volksblatt*» (SWV), wurde 1952 in eine illustrierte, vierzehntägig erscheinende Zeitschrift «*PRO*» mit einer Auflage von über einer Million Exemplaren umgestaltet. Ein Schwesterorgan des deutschschweizerischen Kundenblattes stellt die Zeitschrift «*Economie du Foyer*» dar.

Als Fachblatt gibt der SDV die «*Schweizerische Detaillisten-Zeitung*» (SDZ) heraus.

3. *Standespolitische Tätigkeit*. Hatte sich der SRV früher im wesentlichen damit begnügt, seine Stimme zu erheben, wenn die Behörden den Detailhandel interessierende Probleme auf ihrer Traktandenliste stehen hatten, so bemühte er sich seit 1933 unter einer neuen Leitung systematisch, die Schaffung einer die Wünsche des Detaillistenstandes befriedigenden gesetzlichen Neuordnung des Detailhandels zu veranlassen und zu beschleunigen.

4. Nicht zuletzt unter dem Druck der intensivierten Konkurrenz durch neue und neuartige Betriebe, auf dem Gebiete des Detailhandels mit Lebensmitteln der Migros, in andern Branchen der Einheitspreisgeschäfte und der Bata, legte der SRV immer mehr Gewicht auf ein neues Tätigkeitsgebiet, auf die *Förderung der gemeinsamen Selbsthilfe der Detaillisten*. Eine entscheidende Kursänderung wurde im Jahre 1933 vorgenommen, als die alte Verbandsleitung durch eine «neue Garde» ersetzt wurde, mit dem späteren Ständeratspräsidenten *Alphonse Iten* an der Spitze und dem initiativen Förderer des beruflichen Bildungswesens der Detaillisten, *Paul Wirz-Burri*, als Vizepräsidenten.

Eine *Berufsbildungskommission* des SDV organisierte eine ganze Reihe von Kursen zur *beruflichen Weiterbildung der Detaillisten*, so vor allem Verkaufskurse und Dekorationskurse. Im Jahre 1938 wurde auf Grundlage des «Bundesgesetzes über die berufliche Ausbildung» vom 26. Juni 1930 vom Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartement ein «Reglement für

⁸² Vgl. SDV, Statistische Zusammenstellung über die einheitliche und organisierte Rabattmarkenabgabe in der Schweiz im Jahre 1930 bzw. 1952.

die Durchführung der höhern Fachprüfungen im Detailhandel» erlassen⁸³. Bereits im folgenden Jahre wurden die ersten Prüfungen durchgeführt; eine ganze Reihe von meist dezentralisiert durchgeführten Kursen sollte die Detaillisten darauf vorbereiten. Im Jahre 1948 übergab der SDV die Durchführung aller Berufsbildungskurse der neugegründeten «*Fachschule für den Detailhandel*».

Neben der Berufsbildung umfassen die Selbsthilfebestrebungen des Detailhandels auch Institutionen, die sich direkt um die Verbesserung und Erleichterung der Führung von Detailhandelsbetrieben bemühen. So eröffnete der Detaillistenverband 1937 eine *Betriebsberatungsstelle* und 1946 eine *Buchhaltungsstelle*.

Ähnlichen Zielen sollen die vom SDV geschaffenen *Erfahrungsaustauschgruppen* (Erfa-Gruppen) dienen. «Es handelt sich dabei um eine Selbsthilfemassnahme zur Steigerung der Leistungsfähigkeit des einzelnen Betriebes, wobei je zirka 6–15 Firmen derselben Branche eine sogenannte *Erfa-Gruppe* bilden. Diese Gruppe, die unter der Leitung eines Obmanns steht, hat die Aufgabe, durch Auswertung der im zwischenbetrieblichen Zahlen- und Ideenaustausch ermittelten Resultate die ihr angeschlossenen Mitgliederbetriebe in ihrer Leistungsfähigkeit zu fördern⁸⁴.» Die Bestrebungen zur Bildung solcher Gruppen hatten anfangs befriedigenden Erfolg. Bereits 1942 konnten 15 Gruppen in 9 Branchen gebildet werden. Im Jahre 1944 bestanden 60 Gruppen aus 18 Branchen, wovon 22 Gruppen aus dem Detailhandel mit Lebensmitteln. Im Jahre 1948 gab der SDV die Betreuung der Erfä-Gruppen an die Branchenverbände ab.

Der SDV beteiligte sich auch an der 1949 gegründeten «*Detaillisten-Geschäftshaus-Genossenschaft Olten*» (Deggo), «die den Zweck hat, in der ganzen Schweiz an bevorzugten Geschäftslagen Detailhandelsgeschäfte zu sichern, um sie für tüchtige selbständige Detaillisten zu erhalten⁸⁵». Die Selbsthilfebestrebungen innerhalb des SDV gehen auch noch in einer weitem Richtung, der Pflege der *gemeinsamen Kundenwerbung*. So fördert der SDV die Durchführung von Hausfrauenabenden und Weihnachtsausstellungen und stellt seine Dienste bei gemeinsamen Werbeaktionen zur Verfügung. Als wirkungsvolles Instrument zu diesem Zwecke dient natürlich auch die Kundenpresse des SDV.

⁸³ Vgl. *Placidus Maissen*, Die Entwicklung der beruflichen Ausbildung im schweizerischen Detailhandel, Diss. Lausanne 1945.

⁸⁴ SDV, Jahresbericht 1942, S. 21.

⁸⁵ SDV, Jahresbericht 1949, S. 28.

b) Der «Schweizerische Verband der Lebensmittel-Detaillisten»
(Veledes)

Über die Entwicklung der Mitgliederzahlen des VSSp, der sich 1948 in «*Schweizerischer Verband der Lebensmittel-Detaillisten*» mit der offiziellen Abkürzung «*Veledes*» umbenannte, gibt folgende Tabelle Auskunft:

Tabelle 14
Die Entwicklung des Veledes 1920–1950

Jahr	Sektionen	Davon Einkaufs- genossenschaften	Einzelmitglieder*
1920	41	4	3 771
1925	48	5	gegen 5 000
1930	50	5	
1935	54	4	9 044
1939	53	3	8 292
1940	54	3	8 141
1945	61	4	9 787
1950	67	4	11 171
1954	71	4	11 072 ⁸⁶

* Seit 1936 Summe der Mitglieder der einzelnen Verbandssektionen; vorher Gesamtzahl der dem VSSp angeschlossenen Detaillisten.

Allerdings enthalten diese Summen der Mitgliederzahlen der einzelnen Verbandssektionen wahrscheinlich eine grosse Anzahl Doppelzählungen, da viele Detaillisten sowohl einem Spezereihändlerverein wie auch einer mittelständischen Einkaufsgenossenschaft angeschlossen sind. (In einem Schreiben an den Verfasser sprach der Veledes von ungefähr 8000 Einzelmitgliedern im Jahre 1953.) Wenn man diesen Zahlen das Ergebnis der Eidgenössischen Betriebszählung 1939 entgegenhält, die 12 865 Einzel-firmen im Spezereihandel und 5303 im Gemischtwarenhandel zählte, so gelangt man zum Schluss, dass der Veledes zwar bei weitem noch nicht alle, aber doch schon einen beträchtlichen Teil der schweizerischen Spezereihändler organisiert. Die Widerstände, gegen welche die Pioniere zu kämpfen gehabt hatten, konnten mit den Jahren also doch zu einem grossen Teil überwunden werden. Das ist um so richtiger, als ja viele Lebensmitteldetaillisten auch Rabattorganisationen angeschlossen sind.

Der Aufbau der verbandsmässigen Organisation des Detailhandels ist

⁸⁶ Vgl. *Schnurrenberger*, a. a. O., S. 48, und die Jahresberichte des VSSp bzw. des Veledes.

zwar etwas unlogisch. Man sollte erwarten, der SDV sei die Dachorganisation der einzelnen Berufsverbände des Detailhandels, unter ihnen auch des Veledes. Der SDV hat 1944 die statutarische Möglichkeit zu einer solchen Organisation auch geschaffen, doch ist sie bis heute nicht ausgenutzt worden. Die Berufsverbände und der SDV sind vielmehr als Organisationen der gleichen Stufe dem SGV als Dachorganisation angeschlossen.

Eine klare und logische Aufgabenteilung zwischen dem SDV, dem ja zu einem grossen Teil auch Lebensmitteldetailisten angeschlossen sind, und dem Veledes besteht nicht, ausser dass der SDV das Rabattwesen allein betreut. Immerhin trübten diese Unklarheiten das Verhältnis zwischen den beiden Verbänden nicht (gelegentliche Kontroversen um die Rabattgewährung hängen ja nicht damit zusammen), besonders seitdem Paul Wirz-Burri, der Vizepräsident des SDV, auch gleichzeitig Präsident des Veledes ist.

Wie der SDV, so befasste sich auch der Veledes seit je mit Fragen der Wirtschaftspolitik und der Wirtschaftsgesetzgebung, soweit sie den Detailhandel und besonders den Detailhandel mit Lebensmitteln berühren.

Zur Behandlung von Fragen der Kalkulation und der Preispolitik wurde 1946 eigens eine Margenkommission geschaffen. Zur Verbesserung der Berufsbildung führte der Veledes, in enger Zusammenarbeit mit dem SDV, Verkaufs- und Dekorationskurse sowie Kurse über Warenkunde durch. Seit 1925 besitzt er eine ständige Berufsbildungskommission, deren Präsidium 1930 *Paul Wirz-Burri* übernahm, der Förderer der Berufsbildung auch im SDV. Auch nach Gründung der Schweizerischen Fachschule für den Detailhandel verfolgte der Veledes die Berufsbildungsbestrebungen weiter, die 1953 zur Gründung einer eigenen Fachschule für den Detailhandel mit Lebensmitteln führten. Ebenfalls der Berufsbildung dienen teilweise die drei Fachzeitschriften des Veledes, nämlich die *Schweizerische Spezereihändler-Zeitung* (SHZ), die 1946 in *Lebensmittelhandel* umbenannt wurde, sowie der seit 1921 herausgegebene *Journal des Epiciers Suisses* und der 1930 geschaffene *Droghiere Svizzero*. Erwähnt seien auch das 1928 gegründete *Institut zur Vermittlung von Fachliteratur* und die Tatsache, dass der Veledes seine Sektionen zur Besprechung betriebswirtschaftlicher Fragen anhält und ihnen hierzu Referenten zur Verfügung stellt.

Ein Blick auf die Organe des Veledes zeigt uns, wie sehr sich dieser Verband auch um die Verbesserung der betrieblichen Struktur seiner Mitglieder bemüht und diesen mit Rat und Tat zur Seite steht⁸⁷. So unterhält der Veledes eine Abteilung für Betriebswirtschaft, deren sta-

⁸⁷ Vgl. *VSSp*, Jahresbericht 1947, S. 34.

tistisches Büro (in Zusammenarbeit mit der Treuhandstelle) Kenn- und Richtzahlen ermittelt, Preis- und Margenkontrollen durchführt und eine Fachbibliothek unterhält. Das Büro für Betriebsberatung führt Betriebsberatungen und Betriebsanalysen durch, betreut die Erfa-Gruppen und führt die Dokumentation. Weiterhin unterhält der Veledes Treuhandstellen in Bern, Zürich, Olten und Lausanne. Im Innendienst führen diese Stellen die Buchhaltungen von Mitgliedern im Abonnement, führen Betriebsanalysen durch, stellen Kontenpläne auf und wahren die Interessen der Mitglieder in Rechtsfragen, vor allem in Steuerfragen. Der Aussen dienst bespricht mit den Detaillisten ihre Bilanzen, berät sie in Verwaltungsfragen und nimmt Inventurarbeiten vor.

Auch auf die ständigen Kommissionen des Veledes sei hingewiesen, die bereits erwähnte Margenkommission und die Kommissionen für Berufsbildung, für Sozialfragen und für die Verbandspresse.

c) Die mittelständischen Einkaufsgenossenschaften

Tabelle 15

Jahr	Usego ⁸⁸		Kolonial-Einkaufsgenossenschaft ⁸⁹		Liga ⁹⁰			Schweiz. Handelsgesellschaft Zürich-Oerlikon ⁹¹	
	Umsätze in Mill. Fr.	Mitglieder	Umsätze in Mill. Fr.	Mitglieder	Umsätze in Mill. Fr.	Mitglieder	Mitglieder*	Umsätze in Mill. Fr.	Mitglieder
1920	55,5	2626	4,0	312	3,5	190	392	1,2	155
1925	53,3	2922	5,2	352	5,1	291	512	1,8	212
1930	72,4	3852	7,4	481	7,1	400	617	3,9	281
1935	63,7	3927	6,7	552	6,0	401	616	3,7	315
1939	94,3	3951	11,2	679	7,6			4,9	
1940	107,5	3962	13,9	684	8,4	394	606	5,4	280
1945	151,6	4127	20,6	734	11,0	375	583	9,2	305
1950	239,8	4405	39,9	981	22,9	483	711	17,0	401
1953	254,4	4445	41,6	1032	26,7	514	733	19,5	433
1954	272,5	4417	43,6	1075	29,2	522		21,7	452

* Gesamte Mitgliedschaft der Liga inklusive der bloss der Rabattabteilung angeschlossenen Detaillisten

⁸⁸ Vgl. *Usego*, Jahresbericht 1954, S.46/47. Für die Ziffern von 1950 an vgl. *Veledes*, Jahresbericht 1954 (alle vier Einkaufsgenossenschaften).

⁸⁹ Laut einem Schreiben der *Kolonial-EG* an den Verfasser.

⁹⁰ Laut einem Schreiben der *Liga* an den Verfasser und den Jahresberichten der *Liga*.

⁹¹ Laut *Wegst*, a.a.O., S.86; von 1935 an laut einem Schreiben der *SHG* an den Verfasser.

Aus den Mitgliederzahlen dieser vier Einkaufsgenossenschaften geht hervor, dass 1939 von den ungefähr 12000 selbständigen Spezereihändlern der Schweiz nicht einmal die Hälfte einer Einkaufsgenossenschaft angeschlossen war. Der Grund zu dieser hohen Quote von Nichtmitgliedern mag darin liegen, dass die Einkaufsgenossenschaften nicht allen Aufnahmegesuchen, sondern bloss denjenigen wirklich qualifizierter Detaillisten, entsprechen. Bei vielen Detaillisten mögen auch persönliche oder finanzielle Bindungen an private Grossisten, bei andern ein gewisses Unabhängigkeitsstreben für ihr Beiseitestehen verantwortlich sein.

Aus diesem Grund ist es auch nicht möglich, aus den Umsätzen der Einkaufsgenossenschaften – auch nicht aus ihren Umsätzen pro Mitglied – ein genaues Bild von der Umsatzentwicklung des Detailhandels zu gewinnen. Immerhin legt die Tatsache, dass der durchschnittliche wertmässige Bezug pro Mitglied bei der Usego von 21 100 Franken im Jahre 1920 nur auf 18200 Franken im Jahre 1925 und 19200 Franken 1928 sank, trotzdem der VSK-Index der Lebenshaltungskosten von 247 Punkten auf 166 und 153 Punkte gesunken war, die Vermutung nahe, dass die mengenmässigen Umsätze des Detailhandels während dieser Zeit befriedigende waren, auch wenn diese Umsatzentwicklung der Usego teilweise mit einer grösseren Bezugstreue ihrer Mitglieder zusammenhängen mag.

Die Weltwirtschaftskrise brachte eine weitere Senkung des VSK-Index auf 111 Punkte im Jahre 1935 (bis 1938 erholte er sich wieder auf 138 Punkte) und setzte auch der erfreulichen Entwicklung der Einkaufszentralen des Detailhandels ein Ende. Sie brachte ein jähes Absinken der Umsätze der Einkaufsgenossenschaften und sicherlich auch der Detaillisten selbst. Der Umsatz der Usego pro Mitglied fiel bis 1935 auf 16200 Franken, stieg aber bis 1938 wieder auf 19400 Franken (1954: 61 700 Franken). Zum Vergleich möge dienen, dass die Umsätze der Grosseinkaufszentrale des VSK pro genossenschaftliche Verteilstelle von 73 200 Franken im Jahre 1929 nur auf 72 200 Franken im Jahre 1935 sanken und bis 1938 wieder auf 84400 Franken stiegen (1954: 284900 Franken). Dabei vermehrten sich die Läden der Konsumgenossenschaften von 2153 im Jahre 1929 auf 2453 im Jahre 1935. Angesichts dieser Steigerung der Anzahl der Läden der Genossenschaften ist die Stabilität des Umsatzes des VSK pro Laden besonders beachtlich. Nach 1935 erschwerte der «Filialbeschluss» weitere Ladeneröffnungen (Anzahl der Läden 1938 = 2454), so dass sich das Wachstum der Genossenschaftsbewegung in einer Vergrösserung der Umsätze pro Laden auswirken musste. Sicherlich ist in diesem Zeitraum auch die Anzahl der privaten Detailläden gestiegen, aber anders als bei der Vermehrung der Läden der Genossenschaften

deutet dies nicht auf eine gute wirtschaftliche Lage hin, sondern eher auf eine Verschlimmerung der Übersetzung in diesem Wirtschaftszweig.

Die Verschlechterung der Lage des Detailhandels veranlasste die Einkaufsgenossenschaften, insbesondere die Usego, zu Gegenmassnahmen, welche auch das Verhältnis der Einkaufsgenossenschaften zu ihren Detaillisten stark veränderten. Darüber spricht sich der Jahresbericht 1929 der Usego folgendermassen aus:

«... Es müssen also, um den billigsten Preis, die billigste Fracht, und gar keine Lager- und andere Spesen zu haben, die Hauptartikel, wie Zucker, Reis, Teigwaren usw., zusammen auf ihre Empfangsstation bezogen werden. Um das zu können, müssen sie (die Detaillisten) miteinander reden, eine gewisse Scheu, vielleicht auch Abneigung gegen den Konkurrenten, der aber doch auch Schicksalsgenosse ist, überwinden. Dann werden sie zusammen sich auf einen Preiszuschlag einigen, der dem Publikum zeigt, dass auch der selbständige Kleinhändler, kraft seiner Einkaufsorganisation, Gleiches, wenn nicht Besseres bieten kann als die kometenhaften Erscheinungen der Neuzeit. Sie werden die so festgesetzten Preise der Käuferschaft öffentlich bekanntmachen, die *Namen und Firmen der Einzelnen treten zurück*. Die verbilligten Waren zu den publizierten Preisen sind überall da erhältlich, wo das Verbandszeichen, das Usego-Plakat, im Schau- fenster hängt...

Heute schaut man uns noch sehr ungläubig an, wenn wir sagen, dass im Verlaufe der Zukunft auch *der Verkauf der selbständigen Detaillisten genau so organisiert werden wird, wie man heute begonnen hat, den Einkauf zu besorgen*, dass die gemeinsam bezogenen Waren zu durch die Konkurrenz bedingten, gemeinsam festgesetzten Preisen, durch gemeinsame Publikation, in gleichmässig ausgestatteten Usego-Läden wieder verkauft werden. Also, wenn man will, *ebenfalls eine Art Kettenläden*, nur, dass deren Inhaber, wenn auch in ihrer geschäftlichen Freiheit etwas eingeschränkt, doch selbständige Leute bleiben, die durch individuelle Bedienung ihrer Kunden das ersetzen können, was sie in den grossen, unpersönlich geführten Filialen und Depots vermissen...

Der Zeitpunkt ist nicht mehr weit, wo derjenige Detaillist, der nicht der seine Interessen uneigennützig währenden Einkaufsorganisation angehört, überhaupt nicht mitkommen kann; isoliert wird er nur in ganz besonders günstigen und seltenen Ausnahmefällen den übrigen Stand halten können⁹².»

Die Einkaufsgenossenschaften, besonders auch die Usego, verstanden es, ihre Mitglieder sehr fest an sich zu binden und sich ihnen immer unentbehrlicher zu machen – nicht zuletzt auch mittels ihrer Kollektiv- reklame, denn bald hatte sich die Kundschaft des Detailhandels einmal an die Eigenmarken der Einkaufsgenossenschaften und an das «gute Ware billig» versprechende Emblem am Ladeneingang jedes «Usego-Ladens» gewöhnt. Die Usego schuf 1932 eine eigene Propaganda-Ab- teilung und gibt in allen drei Landessprachen eine eigene Kundenzeit- schrift heraus. (1952 wurde allerdings die Herausgabe der deutschsprachigen Zeitschrift zugunsten des «PRO» sistiert.) Die Usego veranstaltet auch Werbewochen, versieht ihre Mitglieder mit Dekorationsmaterial, orientiert sie in Mitgliederversammlungen über Preis- und Marktverhält- nisse, ist ihnen also auch über ihre ursprüngliche Funktion als Lieferant

⁹² Usego, Jahresbericht 1929, S.22ff. Hervorhebungen von uns.

hinaus behilflich. Auch führte sie bis zur Schaffung der Fachschule für den Detailhandel, gleich wie die Verbände, Kurse zur beruflichen Weiterbildung ihrer Mitglieder durch.

Die Einkaufsgenossenschaft steht dem Mitglied also nicht bloss als Grossist gegenüber, sondern übernimmt auch Funktionen des Detaillisten selbst, die sie besser und rationeller als der Detaillist erfüllen zu können glaubt, so einen Teil der Werbung und der Sortimentsgestaltung (Eigenmarken, Beratung und Angebotsauswahl durch die Einkaufsgenossenschaft). Die Usego hat auch das Recht, im Interesse der Erhaltung des guten Namens ihrer Eigenmarken, die Ladenlokale ihrer Mitglieder auf Sauberkeit zu prüfen. Mit dem Überhandnehmen der Markenartikel, insbesondere auch der Eigenmarken der Einkaufsgenossenschaften und mit den Bemühungen dieser Institutionen, ihre Mitglieder zu einheitlicher Preispolitik zu veranlassen, wird dem Detaillisten zum Teil auch die eigene Preiskalkulation entzogen.

Je mehr ein Detaillist alle diese Dienste seiner Einkaufsgenossenschaft in Anspruch nimmt, desto mehr bindet er sich und gerät zu ihr in geistige und wirtschaftliche Abhängigkeit⁹³. Den Einkaufsgesellschaften wohnt zweifellos die Tendenz inne, auch die Läden der Detaillisten als Kettenläden zu organisieren nach dem Vorbild der amerikanischen *voluntary chains*, die dem einzelnen Glied der Kette wenig mehr als die Funktion der blossen physischen Warenübergabe belassen.

Allerdings sollen die Selbstständigkeitsbestrebungen der Detaillisten nicht unterschätzt werden. Die geschilderte Entwicklung vollzieht sich nur gegen teilweise grosse Widerstände der betroffenen Detaillisten, die damit aber höchstens die Geschwindigkeit dieser Wandlungen herabmindern, nicht aber ihre Richtung verändern können. Sicherlich bestehen im Ausmasse, in dem sich diese Tendenz bereits ausgewirkt hat, grosse individuelle Unterschiede. Die Tatsache, dass die Einkaufsgenossenschaften den Bezugszwang für ihre Mitglieder nicht einführen konnten oder wollten und dass viele Mitglieder rege Beziehungen zu privaten Grossisten aufrechterhalten, zeigt doch, dass manche Detaillisten ihre Selbständigkeit auch gegenüber ihrer Einkaufsgenossenschaft noch immer eifersüchtig zu hüten suchen.

d) Die «Alimentation romande» (Alro)⁹⁴

Die *Alro* stellt eine Organisation der privaten selbständigen Grossisten des Lebensmittelhandels dar, die versucht, Detaillisten als «Anhänger»

⁹³ Vgl. *Marbach*, «Theorie», a. a. O., S. 341.

⁹⁴ Vgl. *Wegst*, a. a. O., S. 213–218; sowie die Fachzeitschrift der *Alro*, «*Die Ernährung*».

zu gewinnen, die dem selbständigen Grosshandel die Treue bewahren. Die Alro geht mit ihren Anhängern Verträge ein, die für letztere ausser dem Abonnement der Fachzeitschrift «Die Ernährung» keine Verpflichtungen mit sich bringen. Hingegen gewährt sie ihnen für Bezüge bei ihren Mitgliedern Mengenrabatte und Rückvergütungen und geht ihnen in betriebswirtschaftlichen und betriebsorganisatorischen Fragen an die Hand. Mit der «Proalco AG» stellt sie ihren Anhängern eine mit der Deggo vergleichbare Institution zur Verfügung. Auch gibt die Alro eine eigene Kundenzeitschrift heraus.

Die Entwicklung der Alro war eine durchaus erfreuliche. Sie vermochte ihre ursprüngliche Anhängerzahl von 1561 bei der Gründung der gesamtschweizerischen Organisation im Jahre 1944 auf 4696 im Jahre 1953 und die Umsätze ihrer Anhänger mit den Mitgliedern und Vertragslieferanten von 19,3 Millionen Franken auf 34,4 Millionen Franken zu steigern. Ausser die Usego hat die Alro alle Einkaufsgenossenschaften der Spezereihändler an Umsatz bereits überflügelt.

ZWEITER THEIL

DIE WIRTSCHAFTSPOLITISCHEN
AUSEINANDERSETZUNGEN UM DIE KONSUM-
GENOSSENSCHAFTEN

VOR DER GRÜNDUNG DER SPITZENORGANISATIONEN DES DETAILHANDELS MIT LEBENSMITTELN

Vor der Gründung der Spitzenorganisationen des Detailhandels mit Lebensmitteln, d. h. vor der Jahrhundertwende, konnte man noch nicht von einem systematischen Kampf gegen die schweizerische Konsumvereinsbewegung sprechen. Ein Kampf wurde vielmehr erst auf lokaler oder höchstens kantonaler Ebene da geführt, wo starke Konsumvereine die Spezereihändler bedrohten, während andernorts, wo noch keine Konsumvereine bestanden, man sich um die drohende Gefahr gar nicht kümmerte. Dieser Kampf gegen Konsumvereine, Warenhäuser und andere neuartige Formen des Detailhandels bildete den unmittelbaren Anlass zur Gründung der ersten lokalen Spezierer- und Detaillistenvereinigungen. Das Eindringen der Konsumvereine in den Detailhandel wurde als unberechtigter und verwerflicher Übergriff der Konsumentenschaft und der Bauernschaft in ein fremdes Erwerbsgebiet angesehen. Die Erbitterung der Spezereihändler gegen die Konsumvereine ist verständlich, wurden sie von diesen doch – wie sie glaubten gegen jedes Empfinden von Recht und Billigkeit – in ihrer oft ohnehin kärglichen Existenz bedroht. Die Spezereihändler kämpften gegen die Konsumvereine einen Existenzkampf; die Konsumvereine versuchten eingestandenermassen, den Spezereihandel «auszuschalten», wogegen dieser bestrebt war, den frechen Eindringling zu vernichten.

Die Genossenschaften führten diesen Kampf im Bewusstsein ihrer Kraft und ihrer wirtschaftlichen Überlegenheit, die zugunsten der Konsumentenschaft auszunutzen sie nach ihrer Ansicht durchaus berechtigt waren. Die Spezereihändler hingegen waren zu schwach, um mit den Mitteln des wirtschaftlichen Machtkampfes den Konsumvereinen zu begegnen; sie mussten sich darauf beschränken, zu versuchen, die Konsumentenschaft gegen die Konsumvereine einzunehmen und den Staat zu veranlassen, die Bewegungsfreiheit der Konsumvereine einzuschränken.

Der Kampf um die Meinung des Publikums wurde vor allem mit Pamphleten und Flugblättern geführt, wobei die Konsumvereine insofern im Vorteil waren, als sie oft die grösseren finanziellen Mittel einzusetzen

in der Lage waren, früher als der Detailhandel eine eigene Kundenpresse besaßen und von der sozialistischen Presse aktiv unterstützt wurden, während die Spezierer in der bürgerlichen Presse weit weniger Hilfe fanden.

Aber auch um Behinderungen der Konsumvereine durch die Behörden zu erreichen, waren die Voraussetzungen damals nicht günstig, stellte doch die Handels- und Gewerbefreiheit das oberste Prinzip der schweizerischen Wirtschaftsverfassung dar. So mussten sich die Spezierer darauf beschränken, gegen angebliche Steuerprivilegien der Konsumvereine vorzugehen oder höchstens gewerbepolizeiliche Massnahmen gegen die Konsumvereine zu fordern, welche die Handels- und Gewerbefreiheit im Prinzip nicht einschränkten. So verlangten die Basler Spezierer im Jahre 1867, dem ACV solle das Privileg des Weinverkaufs wieder entzogen werden, und 1892 wandte sich der Basler Handwerker- und Gewerbeverein mit währungspolitischen Bedenken gegen die Einrichtung des «Konsumgelds¹». Die heftigsten Kämpfe wurden aber schon damals um die Besteuerung der Konsumvereine ausgetragen. Sie stellten eine der Ursachen dar, die 1890 zur Entstehung des VSK beitrugen und im Jahre 1898 zur Gründung eines *Schweizerischen Genossenschaftsbundes* führten, in dem sich die VSK- und VOLG-Konsumvereine zur Vertretung gemeinsamer Interessen zusammenfanden².

Die Auseinandersetzungen um die Besteuerung der Konsumvereine nahmen gegen Ende des 19. Jahrhunderts ihren Anfang. Vorher waren die Finanzbedürfnisse des Staates noch so niedrig gewesen, dass sich Auseinandersetzungen um die Besteuerung gar nicht lohnten. Allmählich wurden aber Detailhandel und Konsumvereine «steuerbewusster» und begannen zu erkennen, wie sehr der Fiskus den wirtschaftlichen Wettbewerb zu beeinflussen imstande ist.

Der Detailhandel sah eine steuerliche Privilegierung der Konsumvereine vor allem darin, dass diese, gemessen an ihrem Umsatz, angeblich weniger Steuern zu bezahlen hatten als der selbständige Detaillist. Die Besteuerung der Konsumvereine nach ihrem Umsatz stellte schon damals eines der Steuerpostulate des Detailhandels dar, das aber keine Aussicht hatte, verwirklicht zu werden, da die direkte Einkommenssteuer damals noch allgemein als die «gerechteste aller Steuern» angesehen wurde. So ging der Kampf vor allem um die Interpretation der bestehenden Steuergesetze. Die Spezierer erreichten, dass die Steuererklärungen der Konsumvereine von den Steuerbehörden eingehender unter die Lupe genom-

¹ Vgl. Müller, «Konsumgenossenschaften», a. a. O., S. 165 und S. 172.

² Vgl. *Schweizerischer Genossenschaftsbund*, Protokoll der Delegiertenversammlung vom 20. März 1898, insbesondere S. 107 ff.; sowie 1. Jahresbericht 1899, Anhang, S. 21 ff.

men wurden, wobei in manchen Kantonen die bisherige Praxis der Konsumvereine, die als Rückvergütung ausbezahlten Gelder wie Unkosten und nicht als steuerbares Einkommen einzusetzen, nicht mehr toleriert wurde.

Aber auch abgesehen von der Besteuerung der Rückvergütungen empfanden die Genossenschaften die Ungerechtigkeiten immer drückender, die sich daraus ergaben, dass ihre Steuern entweder nach dem für natürliche Personen oder dem für Aktiengesellschaften geltenden Recht veranlagt wurden, was dem Wesen der Genossenschaften beides nicht angemessen ist³. Die in bezug auf die Besteuerung der Genossenschaften bestehenden Lücken in den Steuergesetzen wurden zu teilweise offensichtlich willkürlicher Steuereinschätzung der Genossenschaften benutzt (Besteuerung einer Konsumgenossenschaft als Kreditgenossenschaft, Besteuerung von Hypothekar-, Obligationen- und Depositenschulden, sowie des Anteilscheinkapitals, als Vermögen, Berechnung eines Sollertrages von 5% des Umsatzes)⁴.

Mit der Frage, ob die vom Konsumverein rückvergüteten Summen einen Erwerb oder Gewinn des Konsumvereins darstellen oder ob sie, als eine Ersparnis des Mitgliedes, für den Verein bloss als der «fingierte Faktor indirekter Rechnungsweise⁵» erscheinen, war das Problem der Steuerbemessung der Konsumvereine mit einer ideologischen Frage verquickt worden, welche die Gemüter viel mehr erhitze als bloss wirtschaftliche Fragen das gekonnt hätten. Die Konsumvereine sahen es als eine Ungerechtigkeit an, wie eine Aktiengesellschaft besteuert zu werden, während ihre Gegner zwischen dem Gewinn einer Aktiengesellschaft und dem Betriebsüberschuss einer Genossenschaft keinen Unterschied sahen und gerade im Namen der Gerechtigkeit eine Besteuerung dieses ganzen Betriebsüberschusses verlangten.

Die Konsumvereine erhielten mit ihrer Interpretation der Steuergesetze vor den Gerichten nicht Recht. In Beantwortung eines Rekurses des Konsumvereins Wald im Jahre 1898 bestätigte der Regierungsrat des Kantons Zürich ausdrücklich, dass die Konsumvereine steuerrechtlich den Aktiengesellschaften gleichzustellen seien. Der Konsumverein Baden rekurrierte sogar zweimal, in den Jahren 1897 und 1899, an das Bundesgericht, das jedoch die Besteuerung der Rückvergütung als Einkommen schützte⁶.

³ Vgl. *Schweizerischer Genossenschaftsbund*, Protokoll 1898, S. 33 (Referat *Conrad Schenkel*), und 1900, S. 55 (Referat *G. Sulzer*).

⁴ Vgl. *Schweizerischer Genossenschaftsbund*, Protokoll 1899, S. 19, S. 30, S. 26, S. 34, S. 35 (Referat *Hans Müller*).

⁵ Vgl. *Schweizerischer Genossenschaftsbund*, Protokoll 1898, S. 37 (Referat *Conrad Schenkel*).

⁶ Vgl. *SGV*, «Kritische Betrachtungen», a. a. O., S. 36.

Nach diesen Misserfolgen versuchten die Konsumvereine, ihre Ansichten über eine gerechte Besteuerung ausdrücklich in den verschiedenen kantonalen Steuergesetzen zu verankern, während der Detailhandel bei kantonalen Steuergesetzrevisionen die Konsumvereine stärker belastet wissen wollte und besonders auch immer wieder versuchte, sein altes Postulat der Besteuerung der Genossenschaften nach ihrem Umsatz zu verwirklichen.

So rissen die Auseinandersetzungen um die Besteuerung der Konsumvereine und um das Wesen ihrer Rückvergütung nie ab. Einzig in drei Kantonen hatten die Bemühungen der Konsumvereine um Steuerbefreiung ihrer Rückvergütungen vorerst Erfolg, in Zürich anlässlich der Steuergesetzrevision des Jahres 1899, in Schaffhausen 1919 und in Basel 1921⁷.

Indessen waren die Spezereihändler politisch doch nicht einflussreich genug, um die Konsumvereine zu vernichten, solange diese noch jung und relativ schwach waren – sie vermochten ihre Tätigkeit höchstens etwas zu behindern –, und auch an wirtschaftlichen Machtmitteln, dieses Ziel zu erreichen, gebrach es ihnen. Dass der Wille, die Konsumvereine mit den Mitteln des wirtschaftlichen Machtkampfes auf die Knie zu zwingen, vorhanden gewesen wäre, zeigen die Boykotte, welche vor allem die Eisenwarenhändler (diese seit dem Jahre 1893), aber auch die Manufakturisten, Müller, Bäcker und Kolonialwarengrossisten gegen den VOLG anstrebten⁸. Der VOLG war solchen Massnahmen früher ausgesetzt als die VSK-Genossenschaften, weil er sich nicht wie diese anfangs zur Hauptsache bloss auf die Vermittlung von Nahrungsmitteln beschränkte und damit auch die Interessen von Detaillisten bedrohte, die bereits besser organisiert waren als die Spezereihändler. Natürlich begrüsst die Spezereihändler Boykottierungen der Konsumvereine durch den Grosshandel und die Fabrikanten sehr, doch gelang es ihnen in der Regel auch später nur selten, auf Produktion oder Grosshandel einen genügenden Druck auszuüben, um Boykottierungen der ebenfalls stärker gewordenen Konsumvereine zu veranlassen.

⁷ Vgl. *Emil Howald*, Die direkte Besteuerung der Genossenschaften durch die Kantone und den Bund, Diss. Neuenburg 1925, S. 48–125; *Rico Arcioni*, Die direkte Besteuerung der Konsumgenossenschaften nach schweizerischem Recht, Diss. Basel 1947, S. 78–138; *Hans Handschin*, Die Besteuerung der Konsumgenossenschaften durch die Kantone (Maschinenschrift), Basel 1920.

⁸ Vgl. *VOLG*, a. a. O., S. 42–47; *EPK*, «Lebensmittelkleinhandel», 2. Heft, a. a. O., S. 35; *H. R. Küng*, a. a. O., S. 132.

DIE ZEIT VOR DEM ERSTEN WELTKRIEG

1. Polemische Auseinandersetzungen um die Konsumvereine

Noch im Jahre 1893 war der SGV den Konsumvereinen durchaus nicht grundsätzlich feindlich gesinnt, wie das aus der von der Sektion Basel veranlassten Untersuchung durch den SGV, «wie den Übelständen, herührend von den Konsumvereinen, Hausier- und Detailreisenden, Schleuder- und Abzahlungsgeschäften, Wanderlagern und betrügerischen Ausverkäufen abzuhelpfen sei», hervorgeht.

In seinem Bericht über dieses Problem äusserte sich der damalige Sekretär des SGV, *Werner Krebs*, sehr lobend über die Konsumvereine und hob ihren wirtschaftlichen wie kulturellen Nutzen hervor⁹.

Allerdings erfolgte diese positive Würdigung nur unter strengen Vorbehalten. Das Tätigkeitsgebiet echter Konsumvereine beschränkt sich nach der Ansicht von Krebs auf die möglichst billige Vermittlung vor allem von Einfuhrgütern des notwendigen Bedarfs, sowie auf die Vermittlung von Erzeugnissen der einheimischen industriellen und landwirtschaftlichen Produktion, soweit sie notwendige Lebensbedürfnisse decken und die «Nahrung» der einheimischen gewerblichen Produzenten nicht bedrohen. Wenn aber ein Konsumverein seine Tätigkeit bis zu einer Schädigung des Handwerkerstandes ausdehnt, wie das der Fall sei z.B. beim ACV Basel, so sei eine «energische Gegenwehr des Handwerker- und Gewerbestandes» nötig.

Solange man den Detailhandel nicht zum «Handwerker- und Gewerbestande» hinzuzählte, war diese wenig eindeutige Stellungnahme gegenüber den Konsumvereinen erklärlich. Sie musste sich aber ändern, nachdem mehrere Detaillistenverbände, so im Jahre 1901 der VSSp, sich dem SGV angeschlossen hatten. Jetzt musste jede Ausdehnung der Tätigkeit der Konsumvereine über eine sozialpolitische Wirksamkeit im engsten Sinne hinaus den durch den Handel erweiterten Handwerker- und Gewerbestand gefährden.

Aber nicht nur auf diese «interne Machtverschiebung¹⁰» war die ver-

⁹ Vgl. *Werner Krebs*, a. a. O.

¹⁰ *Schnurrenberger*, a. a. O., S. 98.

änderte Stellungnahme des Gewerbevereins zurückzuführen. Die Konsumvereine überschritten die ihnen 1893/94 von Werner Krebs gesetzten Grenzen immer mehr und gefährdeten auch den Gewerbestand im engeren Sinn, z.B. durch die Herstellung von Brot und die Verarbeitung von Fleisch.

Die neue Stellungnahme des SGV gegenüber den Konsumvereinen äusserte sich darin, dass er den Detaillistenstand in seinen Auseinandersetzungen mit den Konsumvereinen vor den Bundesbehörden vertrat, die Spalten der «Schweizerischen Gewerbe-Zeitung» (SGZ) auch polemischen Artikeln gegen die Genossenschaften öffnete und im Jahre 1905 in einer Publikation, «*Kritische Betrachtungen über die Konsumvereine in der Schweiz*¹¹», seine Bedenken und Argumente gegen die Konsumvereine auch einer weitem Öffentlichkeit bekannt machte.

Es war den Spitzen des SGV natürlich unlieb, dass noch viele Handwerker nicht nur in Konsumvereinen Mitglied waren, sondern sie auch mit Einkäufen kräftig unterstützten. Immer wieder wurde vom SGV gegen diesen «Misstand» vorgegangen. Im Jahre 1913 wurde die «Konsumvereinsfrage» an der Delegiertenversammlung des SGV behandelt. Dabei wurde eine Resolution angenommen, die hier wiedergegeben sei, weil sie die damalige gewerbliche Stellungnahme zu den Konsumvereinen sehr gut veranschaulicht:

«1. Die konsumgenossenschaftliche Vermittlung von Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen bot zur Zeit eines noch weniger entwickelten Verkehrs etwelche Vorteile und trug ausserdem zur Eindämmung des Borgunwesens bei.

2. Auf die Preisbildung übt sie – entgegen einer vielfach verfochtenen Anschauung – einen wesentlichen Einfluss nicht aus; diese wird bedingt durch Angebot und Nachfrage. Wo innerhalb dieses festen Rahmens eine Verbilligung erreichbar ist, stellt sie sich in der Hauptsache als das Ergebnis einer gesunden Konkurrenz dar.

3. In höherem Masse als im frei erwerbenden Handels- und Gewerbebestande betätigen sich in den Konsumgeschäften Leute, denen eine genügende Warenkenntnis und das Verständnis für eine individuelle Bedienung der Kundschaft abgehen. Die Tätigkeit von Beamten, Pfarrern und Lehrern, deren Einkommen durch Staat und Gemeinde garantiert sind, als Miteiler von Konsumgenossenschaften ist ein Übergreif in ein ihnen nicht zustehendes Erwerbsgebiet.

4. Die konsumgenossenschaftliche Bewegung führt durchweg zur Ausschaltung selbständiger Existenzen und zu deren Ersatz durch abhängige Lohnarbeiter; sie leistet damit dem Klassenkampf Vorschub. Hierin liegt der Grund der tatkräftigen Förderung und Unterstützung der Konsumvereine durch die sozialdemokratische Partei und Presse und des feindseligen Auftretens der Konsumvereinskreise gegen die freie Konkurrenz.

5. Dem frei erwerbenden Geschäftsmann erwachsen aus dem Umstand, dass seine wirtschaftliche Stellung vom Gang seines Geschäfts direkt abhängig ist, ein gesteigertes Verantwortungsgefühl und der stete Anreiz zum vollständigen Einsatz seiner Kraft; dieses Moment fehlt dem Lohnarbeiter im Konsumverein.

6. Die Konsumvereine sind unstreitig Erwerbsgenossenschaften. Es ist darum unverständlich, dass sie sich der Besteuerung zu entziehen trachten und da, wo sie dazu herangezogen werden, an die Bestreitung der Ausgaben des Staates und der Gemeinde nicht

¹¹ a.a.O.

im Verhältnis zu ihrem Warenumsatz beitragen. Sie wissen sich hierin viel günstiger zu stellen als der private Geschäftsmann, der diese ungleiche Behandlung als eine ungerechtfertigte Einschränkung seiner Konkurrenzfähigkeit empfindet. Diesem Zustande sollte im Interesse der Erhaltung unserer Steuerkraft entgegengearbeitet werden können.

7. Wo die Konsumvereine ihre Tätigkeit über das Gebiet der Warenvermittlung hinaus auf dasjenige der Warenproduktion ausgedehnt haben, sind sie bis heute wenig erfolgreich gewesen. Unverkennbar aber ist ihr Bestreben, sich von den selbständigen Produzenten unabhängig zu machen, sich zu einem Staat im Staate zu entwickeln. Sie tendieren auf eine wirtschaftliche und politische Knebelung hin und werden damit eine nicht zu unterschätzende Gefahr für den freien Gewerbestand und den bürgerlichen Staat überhaupt.

8. Auf dem Wege der Gesetzgebung kann gegen die Konsumvereine nicht vorgegangen, noch eine Einschränkung ihrer Tätigkeit verlangt werden. Sie sind wirtschaftliche Gebilde, die auf gesetzlichen Schutz in gleichem Masse Anspruch erheben dürfen wie der selbständige Geschäftsmann. Mit Erfolg ist ihrer weitem Ausdehnung am besten durch Heranbildung eines tüchtigen, umsichtigen und energischen Handels- und Gewerbestandes, durch Selbsthilfe, Aufklärung und gewerbliche Organisation zu begegnen¹².»

Diese Argumente und Vorwürfe gegen die Konsumvereine wurden in der Presse des Detailhandels immer wieder erhoben. Sie seien überdies illoyale Konkurrenten und Preisdrücker, welche die Löhne der Arbeiterschaft beeinträchtigten. Auch gehe «durch die übergrosse Konzentration», welche die Konsumvereine verursachten, «der Wert der Häuser und Läden zurück». Indem sie selbständige Existenzen verdrängten, belasteten sie angeblich den Arbeitsmarkt und das Armenwesen; sie seien also geradezu Schädlinge der Volkswirtschaft¹³.

Die Konsumvereine blieben allerdings die Antwort nicht schuldig und waren auch um Gegenvorwürfe gegen den «Profithandel» nicht verlegen. Die Auseinandersetzung wurde sowohl vom Detailhandel wie von den Konsumvereinen äusserst erbittert geführt. Im allgemeinen bemühten sich die Genossenschaften zwar, nicht anzugreifen, sondern bloss auf Angriffe zu antworten. Indessen enthielt ihre ideelle Propaganda implizite so viel Angriffe gegen den «Profithandel», dass sich dieser trotzdem immer wieder herausgefordert fühlen musste.

Auch der Ausbau der genossenschaftlichen Produktion durch die Errichtung einer Schuhfabrik durch den VSK und den Ankauf der Stadtmühle Zürich im Jahre 1912 stellten Ereignisse dar, welche die Auseinandersetzungen um die Genossenschaften äusserst belebten. Beides wurde als Beweis des Expansionsdranges des VSK zur Eroberung auch der Produktion und des «Gewinnstrebens» des VSK angesehen. Ebenso gaben der Kampf um das bernische Gewerbegesetz im Jahre 1914 und

¹² Hans Tschumi, Die Stellung des SGV zur Konsumvereinsbewegung, ohne Ort, 1913, S. 11/12. Vgl. dazu Henry Faucherre, Regierungsrat Tschumi und die Konsumvereine, Basel 1913.

¹³ Vgl. SKV 1914, S. 3.

der «Schokoladekrieg» im gleichen Jahre – die Konsumvereine hatten sich die Monopolansprüche der «Union libre des fabricants suisses de chocolat» nicht gefallen lassen – zu heftigen Pressepolemiken um die Konsumvereine Anlass. Der «Schokoladekrieg» führte übrigens zur Einführung der Eigenmarke *Co-op* durch den VSK. Scharfe Presseangriffe gegen den VSK veranlasste auch die sogenannte «Bell-Allianz». Der VSK hatte 1914 «zur Sicherung einer rationellen schweizerischen Fleischvermittlung» die Aktienmehrheit der Grossschlächtereier Bell AG erworben. Dies wurde von mittelständischer Seite als eindeutiger Beweis des grosskapitalistischen Geschäftsgebarens und des Erwerbscharakters des VSK bezeichnet; die Vertreter des Detailhandels konnten nicht genug tun, ihr Bedauern darüber auszudrücken, dass die Konsumvereine ihren ursprünglichen gemeinnützigen Charakter verloren hätten und ganz und gar dem Erwerbsstreben verfallen seien. Auch innerhalb der Genossenschaftsbewegung schien sich eine Krise zu offenbaren, waren doch manche Genossenschafter mit der «Bell-Allianz» nicht einverstanden¹⁴.

Der Erste Weltkrieg dämpfte die Auseinandersetzung um die Konsumvereine, standen doch wichtigere Probleme auf der Tagesordnung. Allerdings ruhte der Kampf um die Konsumvereine auch während dieser Zeit nicht völlig; auch kriegswirtschaftliche Fragen, so vor allem die Zuteilung von «Monopolwaren» durch den Bund und die Durchführung von Verbilligungsaktionen, gaben immer wieder Anlass zu Meinungsverschiedenheiten.

2. Die Forderungen des Detailhandels an Gesetzgebung und Verwaltung

a) Der «Beamtenstreit»

Die Konsumvereine liessen in ihrer Frühzeit ihre Verwaltungsgeschäfte, oft auch den Verkauf selbst, von Mitgliedern nebenamtlich besorgen, da der Geschäftsumfang noch keine hauptamtliche Beschäftigung vollbesoldeter Angestellter erlaubte. Diese nebenamtlichen Funktionen wurden oft ehrenamtlich oder doch gegen nur geringe Entschädigung versehen, was diesen Konsumvereinen gegenüber dem Detailhandel einen Kon-

¹⁴ Vgl. u. a. *Hans Müller*, Konsumgenossenschaftliche Entgleisungen, Zur Beleuchtung der Zustände im VSK, Zürich 1915; *Oskar Schär*, Dr. Hans Müller, Verbandssekretär des VSK 1897–1907, ein moderner Herostrat, Eine Richtigstellung unbegründeter Angriffe auf den VSK und die Bell-Allianz, Basel 1914; *Hans Müller*, Bell-Allianz oder Mesalliance? Ein Versuch, den schweizerischen Konsumgenossenschaftlern die Augen zu öffnen, «Grütli» 1914, Sonderdruck; *Rudolf Vogel*, Das Abkommen des Verbandes Schweiz. Konsumvereine mit der Grossmetzgerei Bell AG in Basel, Jena 1916.

kurrenzvorteil verschaffte, den dieser zu beseitigen suchte. Bald dehnte sich jedoch der Umsatz vieler Konsumvereine so sehr aus, dass diese mehrheitlich hauptamtlich tätige und vollbesoldete Funktionäre mit ihrer Geschäftsführung betrauen mussten. Andere Funktionen jedoch, so vor allem die Aufsichts- und Geschäftsleitungsfunktion, welche eine Aktiengesellschaft vom Aufsichtsrat und ein Verein vom Vereinsvorstand erfüllen lassen und welche oft jährlich nur wenige Abendsitzungen erfordern, konnten die Genossenschaften natürlich nicht besoldeten Funktionären übertragen, sondern mussten von Mitgliedern nebenamtlich erfüllt werden. Die Konsumvereine waren dabei auf die Mitarbeit geschulter Mitglieder angewiesen, und da kamen vor allem kantonale oder eidgenössische Beamte, sowie auch Gemeindebeamte, man denke an Lehrer oder Pfarrer, in Frage.

Der Detailhandel kannte die Bedeutung, welche diese Mitarbeit öffentlicher Beamter für viele Konsumvereine besass, sehr wohl und versuchte, diesen einen ernstlichen Schlag zu versetzen und sie der Dienste dieser Funktionäre zu berauben. Er brachte eine ganze Reihe von Argumenten vor, um den Staat von der Notwendigkeit zu überzeugen, seinen Beamten die Mitarbeit im Konsumverein zu untersagen. Insofern die eigentliche Geschäftsführung der Konsumvereine um die Jahrhundertwende, als diese Frage erstmals auf eidgenössischem Boden diskutiert wurde, nicht mehr ehrenamtlich erfolgte, konnte das Argument der angeblich «unfairen Konkurrenz» nicht mehr erhoben werden. Wo aber die Verwaltung von Genossenschaften noch ehrenamtlich erfolgte, kämpften diese und der Detailhandel tatsächlich mit ungleichen Spiessen. Dass sich der Detailhandel dagegen wehrte, ist subjektiv verständlich; objektiv ist aber doch festzuhalten, dass der Detailhandel kein «Recht auf die Kundschaft» besitzt und niemandem verbieten kann, seine Freizeit für die Verbilligung der Versorgung breiter Konsumentenschichten mit Lebensmitteln zu opfern. Sonst hätten auch die Konsumvereine gegen das in manchen Betrieben des Detailhandels betriebene «soziale Dumping¹⁵» (Beschäftigung unterbezahlter Familienangehöriger, vor allem von Kindern, statt vollbesoldeter Angestellter) auftreten können.

Trotzdem wurde es als Verletzung des Taktgefühls bezeichnet, wenn sich Beamte durch ihre Mitarbeit im Konsumverein «in steten Kampf mit einer grossen Anzahl von Mitbürgern¹⁶» setzten und in Wettbewerb zum Handelsstande traten, welcher angeblich den überwiegenden Teil der Steuergelder aufbrachte, mit denen diese Beamten besoldet wurden¹⁷.

¹⁵ Vgl. *Gutersohn*, «Freie Marktwirtschaft», a.a.O., S.217.

¹⁶ Vgl. *SGV*, «Kritische Betrachtungen», a.a.O., S.23.

¹⁷ Vgl. *Verein schweizerischer Geschäftsreisender*, 31.Jahresbericht 1908/09, S.56.

Auch wurde behauptet, die Mitarbeit von Beamten in den Konsumvereinen beeinträchtigte jene in der Erfüllung ihrer dienstlichen Pflichten. Das Hauptgewicht wurde aber auf das Argument gelegt, besonders die Beamten der eidgenössischen Post- und Zollverwaltung erlangten in ihren amtlichen Funktionen vertrauliche Informationen, die sie gut zum Nachteil der Konkurrenz den Konsumvereinen verraten oder missbräuchlich verwenden könnten, wenn sie in der Verwaltung der Konsumvereine tätig waren.

Die Möglichkeit solcher Indiskretionen durch in Konsumvereinen tätige Beamte war durchaus vorhanden, doch haben die Vertreter des Detailhandels diese Gefahr sehr stark übertrieben – besonders für Beamte, die bloss an einigen Sitzungen des Vereinsvorstandes, des Verwaltungsrates oder des Genossenschaftsrates eines Konsumvereins teilnahmen und mit der eigentlichen Geschäftsführung überhaupt nicht in Berührung kamen. Trotzdem mag eine Betätigung bestimmter Beamter im Konsumverein untragbar gewesen sein, doch rechtfertigten diese Sonderfälle kein generelles Verbot.

Der Bundesrat zeigte zuerst eine unschlüssige Haltung. Schliesslich erklärte er, das Beamtengesetz, das jede Mitarbeit von Bundesbeamten in Erwerbsgesellschaften verbot, sei auch auf die Konsumvereine anzuwenden, doch behielt er sich vor, Ausnahmen zu gewähren, «wo es sich um lokale Bestrebungen von vorwiegend gemeinnütziger Art handelt¹⁸». Im Jahre 1902 erklärte der Bundesrat, ob ein Konsumverein als «Erwerbsgesellschaft» oder als «gemeinnütziges» Institut zu behandeln sei, hänge davon ab, ob es sich um Einrichtungen handle, «die auf einen förmlichen Gewinn ausgehen, dadurch, dass sie den Kreis ihrer Operationen über die Mitglieder des Verbandes, der Genossenschaft, ausdehnen, nicht aber um solche, deren Organisation nur die wirklichen Vereins- und Verbandsmitglieder umfasst, und deren genossenschaftliche Bestrebungen ausschliesslich nur diesen Verbandsmitgliedern zugute kommen sollen¹⁹».

Mit diesem Entscheid, welcher einen Teil der Konsumvereine als gemeinnützige Institute behandelte, war der Detailhandel natürlich nicht einverstanden. Seine Angriffe gegen die Konsumvereine wurden noch heftiger, hatte der Bundesrat die Diskussion mit seinem Entscheid doch in eine ideologische Richtung gedrängt. Der Detailhandel versuchte deshalb, unterstützt vom «Schweizerischen Handels- und Industrieverein», in den Jahren 1908/09 den Bundesrat zu einer Änderung seines Standpunktes zu bewegen, hatte aber keinen Erfolg.

¹⁸ VO vom 21. Februar 1899, Art. 3, Absatz 2.

¹⁹ Aus einem Schreiben des Bundesrates an den VSK, zitiert nach *Schweizerischer Genossenschaftsbund*, Protokoll 1901, Anhang, S. 79.

Der Entscheid des Bundesrates war vermutlich nicht ganz richtig, weil die Wahrscheinlichkeit, dass sich ein Beamter Verletzungen seiner Amtspflicht zuschulden kommen liess, gewiss nicht grösser war, wenn er in einem Konsumverein mitarbeitete, den der Bundesrat als «Erwerbsunternehmung» bezeichnete, als wenn er in einem «gemeinnützigen» Konsumverein mitwirkte. Die Praxis des Bundesrates führte zu in diesem Zusammenhang unnötigen und uferlosen Diskussionen um den Erwerbscharakter der Konsumvereine. Wahrscheinlich wäre es richtiger gewesen, wenn er sich vorbehalten hätte, in jedem Einzelfall zu entscheiden, ob Amtspflichtverletzungen zu befürchten waren.

b) Der Kampf um die Wirtschaftsgesetzgebung

Zu ebenso heftigen Kämpfen wie um die «Beamtenfrage» kam es auch immer wieder anlässlich von Revisionen der eidgenössischen und kantonalen Wirtschaftsgesetzgebung. Gerade die Art, wie der Detailhandel versuchte, die gesetzlichen Bestimmungen über die nebenberufliche Tätigkeit der eidgenössischen Beamten gegen die Konsumvereine auszuwerten, veranlasste diese, jedes Gesetz nach auf den ersten Blick vielleicht harmlos anmutenden Bestimmungen zu untersuchen, die bei schlechtmeinender Auslegung sich allenfalls gegen die Konsumvereine auswerten liessen. Mit tiefem und wahrscheinlich nicht unberechtigtem Misstrauen begegneten die Konsumvereine jedem Gesetzesentwurf, der von «mittelständischer» Seite ausging, mussten sie doch damit rechnen, das Gesetz werde in einem für die Konsumvereine möglichst ungünstigen Sinne ausgelegt. Deshalb bekämpften sie manchmal Gesetze, die auch durchaus vertretbare Gewerbeschutzbestimmungen enthielten und die bei loyaler Auslegung für die Konsumvereine annehmbar gewesen wären. Das brachte sie in den Ruf prinzipieller Gewerbefeindlichkeit und steigerte die Erbitterung gegen die Konsumvereine in Gewerbekreisen. Allerdings mussten die Konsumvereine manchmal auch gegen sie eindeutig diskriminierende Gesetzesvorlagen Stellung nehmen.

So enthielt im Jahre 1903 der Entwurf zu einer Verfassungsrevision, welche die Kantone ermächtigen sollte, den Verkauf von alkoholischen Getränken Ladengeschäften erst von einem minimalen Quantum von 10 Litern statt wie bisher von 2 Litern an steuerfrei zu lassen, eine deutliche Spitze gegen die Konsumvereine, für welche der Alkoholverkauf teilweise grosse Bedeutung besass.

Sehr erbitterte Auseinandersetzungen wurden auch um die Ausgestaltung der Gewerbegesetzgebung geführt. Da eine eidgenössische Gewerbegesetzgebung noch in weiter Ferne stand, trotzdem im Jahre 1908 die

verfassungsmässige Grundlage dazu geschaffen worden war, wurde 1914 im Kanton Bern versucht, auf kantonaler Grundlage ein solches Gesetz zu schaffen. Da man unter Gewerbegesetz ein Gewerbeschutzgesetz zu verstehen hatte, die Konsumvereine aber als Bedrohung des Gewerbes bezeichnet wurden, sind diese zu begreifen, wenn sie dem Gesetzentwurf mit grossem Misstrauen gegenüberstanden. Tatsächlich enthielt er auch Bestimmungen, welche die Einführung des obligatorischen Fähigkeitsausweises für Betriebsinhaber und die Bewilligungspflicht für die Anschaffung gewisser Betriebseinrichtungen ermöglicht hätten²⁰. Solche Vorschriften mögen zur Sanierung des Gewerbes zwar geeignet sein, aber auf die strukturell anders gearteten Konsumvereine angewendet, können sie leicht diskriminatorisch gehandhabt werden. Die Konsumvereine zweifelten nicht daran, dass man das Gesetz für sie ungünstig auslegen werde und gaben die Verwerfungsparole aus, welche das Berner Volk in der Volksabstimmung auch befolgte.

Die Konsumvereine opponierten allerdings nicht bloss gegen Bestimmungen wie die oben genannten, sondern sie wollten sich von jeder Ordnung des Handels und des Wettbewerbs, von Regelungen des Zugabe- und Ausverkaufswesens und von Bestimmungen zur Verhinderung des unlauteren Wettbewerbes überhaupt ausgenommen wissen, mit der Begründung, sie ständen mit keinen Drittbetrieben in Konkurrenz und trieben keinen Handel und kein Gewerbe. Oskar Schär vertrat diesen Standpunkt einmal folgendermassen:

«Die Gewerbe- = Erwerbsfreiheit kann begrifflich nur angewendet – bzw. im konkreten Fall eingeschränkt – werden, wenn ein privater Unternehmer irgendeinen Beruf nicht nur für die Deckung seines Eigenbedarfs ausüben will, sondern wenn er die von ihm erzeugten oder vermittelten Produkte an Dritte absetzen will mit dem Zwecke, an ihnen Geld zu verdienen. Wenn jedoch jemand diejenigen Bedarfsartikel, die er selbst verbrauchen oder gebrauchen will, selbst herstellen will, so kommen, abgesehen von gewerbepolizeilichen Vorschriften, die Ausdehnung oder Einschränkung der Gewerbefreiheit nicht in Betracht. Sowenig man jemandem erlauben oder verbieten kann, dass er sich selbst rasieren darf – vermutlich wären zwar die gewerbsmässigen Ausüßer des Coiffeurberufes mit einem Verbot einverstanden –, sowenig darf man jemandem verbieten, dass er sich das für seinen Haushalt notwendige Brot selbst herstellt²¹.»

Direkt im Zusammenhang mit dem Entwurf zum bernischen Gewerbegesetz steht folgende Äusserung von Schär:

«Auch hier» (bei der Beurteilung der Bestimmungen des Entwurfs des Berner Gewerbegesetzes) «haben wir wieder prinzipiell festzustellen, dass theoretisch diese Vorschriften Wirtschaftsgenossenschaften gar nicht angehen können, indem solche mit keinem Konkurrenten in Wettbewerb treten, sondern nur ihren Mitgliedern Dienste erweisen wollen. – Wir vertreten also prinzipiell die Auffassung, dass ein Wettbewerb nur zwischen Erwerbsunternehmungen möglich ist²².»

²⁰ Vgl. SKV 1913, S. 384–388.

²¹ SKV 1918, S. 331.

²² SKV 1913, S. 286.

Mit der gleichen Begründung verlangte der VSK im Jahre 1918, die kriegswirtschaftlichen Stellen sollten die Konsumvereine von der Kontingentierung knapper Waren ausnehmen.

c) Steuerfragen

Auch auf dem Wege der Erhöhung ihrer steuerlichen Belastung suchte der Detailhandel die Konkurrenzstellung der Konsumvereine zu verschlechtern, wobei er seine Forderungen als gerechtfertigte Begehren zur Beseitigung steuerlicher Privilegierungen der Konsumvereine hinstellte, während die Konsumvereine selbst ihnen diskriminierenden Charakter zusprachen. Wir haben diese Auseinandersetzungen für die Zeit um 1900 bereits gestreift; auch nachher blieben diese Probleme aktuell, bald zur Hauptsache in diesem Kanton, bald in einem andern. Während des Ersten Weltkrieges begann auch der Bund direkte Steuern zu erheben, doch angesichts der ersten Weltlage war damals die Diskussion um diese Fragen weniger hitzig als gewohnt.

DIE ZWISCHENKRIEGSZEIT

1. Die Nachkriegszeit nach 1918

Der Detailhandel hatte schon vor dem Ersten Weltkrieg erkannt, dass die Konsumvereine nicht mehr eine derartige Bedrohung seiner Existenz bedeuteten, wie er in ihrer Frühzeit befürchtet hatte. Die Anpassungs- und Rationalisierungsmassnahmen, die er vorgenommen hatte, das Bewusstsein, über schon recht starke Organisationen zu verfügen, vor allem aber die Erfahrung, die gezeigt hatte, dass die Konsumvereine den Detailhandel keineswegs zu verdrängen imstande waren, hatten sein Selbstvertrauen gehoben. Das äusserte sich bereits vor 1914 darin, dass der Detailhandel weniger über angeblich illoyale Konkurrenz durch die Konsumvereine und über Privilegierungen der Konsumvereine durch den Staat klagte als zuvor. Auch wurden die Behauptungen, die Konsumvereine brächten den bürgerlichen Staat in Gefahr, indem sie den revolutionären Sozialismus förderten und den «staatserhaltenden» Mittelstand zerstörten, zwar keineswegs aufgegeben, aber sie traten doch etwas gegenüber neuartigen Angriffen gegen die Konsumvereine zurück. Man ging nämlich von der Verteidigung in den Angriff über und versuchte nicht mehr so sehr, sich gegen die Expansion der Genossenschaften zu wehren, als diese zurückzudrängen. Man behauptete, sie hätten ihre ursprünglichen sozialen Prinzipien verraten, arbeiteten nicht mehr rationaler, sondern zu höhern Spesensätzen als der Detailhandel, seien reine Erwerbsunternehmungen und innerlich hohl und morsch geworden. Sie könnten sich das Vertrauen ihrer Mitglieder höchstens noch mittels einer marktschreierischen, heuchlerischen und unfairen Propaganda erhalten, aber nicht mehr auf Grund wirklicher Leistungen²³.

Diese Argumente wurden nach Kriegsende wieder aufgenommen und mit noch grösserer Intensität vorgetragen, lieferten doch die wirtschaftlichen Schwierigkeiten, mit denen damals einige Konsumvereine zu kämpfen hatten und die Enttäuschung über den angeblich ungenügenden Preisabbau durch die Genossenschaften derartigen Angriffen neuen Stoff²⁴.

²³ Vgl. *Kompass* vom 10. Oktober 1915.

²⁴ Vgl. *SHZ* vom 30. Januar 1920; *SWV* vom 8. Mai 1921; *SGZ* vom 19. September 1925.

Der Detailhandel versuchte, eine vermeintliche Krisenperiode der Genossenschaften propagandistisch auszunützen. Indessen war die Genossenschaftsbewegung damals schon viel stärker als der Detailhandel annahm und als ihm lieb war – an ein Zurückdrängen oder gar an eine Vernichtung der Genossenschaften war nicht zu denken!

Selbstverständlich wehrten sich die Genossenschaften gegen die Angriffe des Detailhandels und versuchten, seine Argumente zu widerlegen. Dem Vorwurf, sie arbeiteten mit hohen Spesen, wurde begegnet, das sei zwar teilweise wahr, aber ausschliesslich auf die vorbildlichen Löhne zurückzuführen, welche die Genossenschaften ihren Angestellten bezahlten²⁵. Dass die Genossenschaften die Preise nicht rascher abbauten, wurde auf die Preispolitik der Bundesbehörden während des Krieges zurückzuführen versucht, welche den Genossenschaften angeblich verunmöglichte, jene Reserven anzulegen, welche einen raschern Preisabbau allein gestattet hätten²⁶.

Gegen die Vorwürfe, ihre genossenschaftlichen Prinzipien aufgegeben zu haben, antworteten die Genossenschaften mit heftigen Angriffen gegen den «Profithandel» und mit einer Intensivierung ihrer ideellen Propaganda. Sie suchten neue Mitglieder zu werben und die genossenschaftliche Treue der bisherigen Mitglieder zu stärken. Es wurde den Konsumenten empfohlen, im eigenen Laden einzukaufen, um der Ausbeutung der Arbeits- und Konsumkraft zu entgehen. Durch die «Organisation der Konsumkraft» könne die ökonomische Lage der Konsumenten verbessert werden. Die Genossenschaften priesen sich als Heilmittel im Kampf gegen die Übervorteilung, da sie unnötige Zwischenglieder des Handels ausschalteten und so Kosten sparten²⁷.

Die Genossenschaften waren also gerade in jener Zeit, als sie das Experiment des «gerechten» Preises durchzuführen begannen, als Antwort auf die Angriffe des Detailhandels zu einer Intensivierung und aggressiveren Handhabung ihrer Propaganda gezwungen. Diese aggressive Propaganda war mit dem «gerechten» Preis nur schwer vereinbar. Dass die Genossenschaften trotz der feindseligen Haltung des Detailhandels den «gerechten» Preis nicht aufgaben, scheint uns zu bestätigen, dass in der Bewegung das Bedürfnis nach einer ruhigeren, weniger ungestümen Entwicklung doch recht stark geworden war, dass sie nicht mehr von ihrer früheren rücksichtslosen Dynamik beseelt war.

²⁵ Vgl. SKV 1926, S.439.

²⁶ Vgl. SKV 1922, S.162.

²⁷ Vgl. die Grossinserate auf der «vierten Seite» der Verbandsausgabe des GV, besonders im Jahre 1924.

2. Vor der Wirtschaftskrise: Kommende Verständigung?

Seit ungefähr 1926 verloren die polemischen Auseinandersetzungen um die Genossenschaften an Häufigkeit wie an Intensität. Wohl bestanden die grundsätzlichen Meinungsverschiedenheiten fort, und bei Gelegenheit, etwa im Zusammenhang mit der Neugründung oder dem Ausbau von Genossenschaften oder bei der Diskussion von Steuerfragen, kamen sie zum Ausbruch, aber von einer systematischen gegenseitigen Bekämpfung konnte man nicht mehr sprechen²⁸.

Diese Wandlungen waren teilweise auf äussere Gründe, so vor allem auf die Besserung der Wirtschaftslage, welche erlaubte, den Kampf um den Kunden weniger erbittert zu führen, zurückzuführen – vielleicht auch auf eine gewisse Ermüdung des Publikums, auf welches ein ständiges propagandistisches Sperrfeuer abstumpfend, wenn nicht sogar abstossend, wirken musste. Auch hatte der Detailhandel eingesehen, dass die Genossenschaftsbewegung gefestigt genug war, um wirtschaftlichen Krisenerscheinungen samt den sie begleitenden Angriffen seitens der Konkurrenz zu widerstehen, während die Genossenschaften erkennen mussten, dass sie dem Detailhandel seine Kunden mit dessen Verunglimpfung als Schmarotzer nicht abspenstig zu machen in der Lage waren. Entscheidend hatte zur Beruhigung der Auseinandersetzungen mit dem Detailhandel gewiss die innere geistige Wandlung der Konsumgenossenschaften, ihre Hinkehr vom billigsten Preis zum «gerechten» Preis beigetragen.

Der Detailhandel hatte sich mit dem Bestehen einer starken Genossenschaftsbewegung abgefunden; es ging jetzt nicht mehr an, die Genossenschaften als unberufene Eindringlinge in den Detailhandel anzusehen und zu behandeln, hatte sich doch der «Konsum» im Bewusstsein der Konsumenten als integrierender Bestandteil des Detailhandels bereits einen festen Platz erobert. Auch das Aufkommen der Migros begünstigte insofern das Entstehen eines erträglicheren Verhältnisses zwischen den Genossenschaften und dem Detailhandel, als die Abwehrkräfte beider nun weitgehend vom Kampf gegen diesen neuen Konkurrenten absorbiert wurden und die beiden ehemaligen «Todfeinde» sich in diesem Abwehrkampf plötzlich im gleichen Lager befanden. Diese neue Kampfsituation und die innere geistige Wandlung der Genossenschaften liessen im Detailhandel zudem die Hoffnung aufkommen, die Genossenschaften könnten sich zu einer gesetzlichen Neuordnung des Detailhandels bereit finden, welche nicht nur der Migros Schranken auferlegt, sondern auch die Aktionsfreiheit der Genossenschaften selbst begrenzt hätte.

²⁸ Vgl. z.B. *GV* vom 6. Mai 1938.

3. Die Krisenjahre

a) Der «Filialbeschluss»

Während der Krisenjahre verschärfte sich der Kampf um die Kundschaft ganz bedeutend. Die wirtschaftliche Depression beeinträchtigte die Kaufkraft der Bevölkerung und liess Einbussen der Detailhandelsumsätze erwarten, die jeder Betrieb für sich selbst möglichst gering zu halten versuchte. Zudem war mit der Migros ein neuer Konkurrent entstanden, der von dieser Konjunkturlage sogar begünstigt schien und die Situation des traditionellen Detailhandels noch mehr gefährdete.

Den Genossenschaften konnten diese widrigen Umstände anfangs allerdings nur wenig anhaben – sie vermochten ihre Umsätze auf befriedigendem Niveau zu halten. Trotzdem mussten sie der neuen Situation, besonders der Konkurrenz durch die Migros, Rechnung tragen. Sie sahen sich veranlasst, der Preiskonkurrenz wieder grössere Aufmerksamkeit zu widmen und in Einzelfällen auch vom «gerechten» Preis abzugehen. Vor allem aber wurde ihre genossenschaftliche Propaganda wieder intensiver und aggressiver, um einer Abwanderung der Kundschaft zur Migros vorzubeugen. Dabei wurde auch der Detailhandel wieder schärfer «aufs Korn genommen» und beispielsweise wieder vom «Tribut, den der Handel vom Käufer verlangt²⁹», gesprochen.

Den Detailhandel, der unter der Krise weit mehr litt als die Genossenschaften, erbitterten diese Angriffe, vor allem weil die Vorwürfe, er presse aus der Konsumentenschaft Profite, ihm jetzt, da seine Einkommensverhältnisse so ungünstige waren, unberechtigter denn je erscheinen mussten.

Trotzdem hielt man auf offizieller Seite des SGV mit Angriffen gegen die Genossenschaften noch zurück. Man wollte erst abwarten, welche Haltung sie gegenüber den Bemühungen des selbständigen Mittelstandes für eine Neuordnung der gewerblichen Wirtschaft im Sinne einer Annäherung an die Ideen der korporativen Wirtschaft einnahmen. Der gewerbliche Mittelstand hatte sich die Durchsetzung der Wirtschaftsordnung mit Elementen des Ständestaates zum Ziel gesetzt und zu diesem Zwecke, im Stile jener Jahre, eine «Volksbewegung Neue Schweiz» ins Leben gerufen³⁰.

Diese Bemühungen der Vertreter des Mittelstandes führten zum «*Bundesbeschluss über das Verbot der Eröffnung und Erweiterung von Warenhäusern, Kaufhäusern, Einheitspreisgeschäften und Filialgeschäften*» vom 14. Oktober 1933, kurz «Filialbeschluss» oder «Warenhausbeschluss» genannt. Man sah diesen Erlass als eine Übergangslösung an, welche eine Verschärfung

²⁹ Zitiert nach der *SHZ* vom 18. August 1933.

³⁰ Vgl. *Gutersohn*, «Der SGV», a. a. O., S. 125–135, insbesondere S. 129 ff.

der Notlage des Detailhandels verhüten sollte, bis eine endgültige und umfassende gesetzliche Neuordnung des Detailhandels durchgeführt war³¹.

Die Genossenschaften waren erst der Auffassung, der Bundesbeschluss berühre bloss Warenhäuser und machten ihm keine Opposition. Indessen erteilte der Bundesrat in einer Vollziehungsverordnung den Kantonen die Kompetenz, den Bundesbeschluss auch auf Grossunternehmungen des Detailhandels mit Lebensmitteln anzuwenden, also auch auf Konsumgenossenschaften mit mehr als drei Filialen. Ausser dem Kanton Basel-Stadt machten sämtliche Kantone von dieser Ermächtigung Gebrauch.

Die Genossenschaften sahen diese Einschränkung ihrer Freiheit als Unrecht an. Sie waren noch immer der Auffassung, den Konsumenten dürfe nicht erschwert werden, ihren Bedarf an Lebensmitteln gemeinschaftlich zu decken, und jede gesetzliche Regelung des Detailhandels könne nur den «Profithandel», niemals aber die genossenschaftliche «Haushaltswirtschaft» berühren.

Sie fanden sich deshalb mit einer solchen Behandlung nicht ab. Zwar liess sich an den Beschlüssen des Bundesrates nichts mehr ändern, aber da der «Filialbeschluss» auf bloss zwei Jahre befristet war, galt es, wenigstens seine Verlängerung zu verhindern und vor allem auch gegenüber den Bestrebungen des Detailhandels auf eine dauernde gesetzliche Verankerung solcher Massnahmen auf der Hut zu sein. So wurde in der Presse der Genossenschaften dauernd gegen den «Filialbeschluss» polemisiert, und im Jahre 1934 richtete der VSK, in Verbindung mit dem «Ausschuss für zwischengenossenschaftliche Beziehungen», eine Eingabe in dieser Angelegenheit an den Bundesrat, zu der über 500 000 Unterschriften gesammelt worden waren.

Trotz der Opposition der Genossenschaften wurde der «Filialbeschluss» 1935, 1937 und 1939 um je zwei Jahre verlängert, wobei dessen Bestimmungen allerdings jeweilen etwas gelockert wurden. So sah der Bundesbeschluss vom 27. September 1935 vor, das Verbot der Eröffnung und Erweiterung von Filialunternehmungen könne für solche Unternehmungen aufgehoben werden, welche sich mit den zuständigen Verbänden des Kleinhandels vertraglich über diesen Punkt verständigt haben³².

Diese Regelung erfolgte im Hinblick auf ein «Übereinkommen» zwischen dem SGV und dem «Schweizerischen Ausschuss für zwischengenossenschaftliche Beziehungen», dem der VSK, der VOLG, der Konkordia-Verband, die Vereinigung landwirtschaftlicher Genossenschaftsverbände und der Zentralverband schweizerischer Milchproduzenten

³¹ Vgl. *Bundesblatt* 1933, Bd. 2, S. 139 ff. und S. 165; *Gutersohn*, «Der SGV», a. a. O., S. 170–173 und S. 215 ff.

³² Vgl. *SKV* 1935, S. 570.

angehörten. Darin sahen diese Verbände vor, den Entscheid über Begehren zur Eröffnung oder Erweiterung von Filialen der beteiligten Genossenschaften in einem «freiwilligen Bewilligungsverfahren» einer paritätischen Kommission zu überlassen.

Damit gaben die Genossenschaften ihre prinzipielle Opposition gegen den «Filialbeschluss» wenigstens nach aussen hin auf. Wenn diese Regelung auch materiell nur wenig an der Behandlung der Genossenschaften änderte, so unterstellte sie diese doch formell einem Sonderregime, welches von einer «freiwilligen Verständigung» sprach und ihrem Begehren nach einer Sonderbehandlung entgegenkam. Dem SGV anderseits war daran gelegen, mit den Genossenschaften ins Gespräch und an den Verhandlungstisch zu kommen, einerseits um die Funktionsfähigkeit einer korporativen Wirtschaft, welche wichtige öffentlich-rechtliche Funktionen den Wirtschaftsverbänden übertragen sollte, zu demonstrieren, anderseits wohl auch um die Genossenschaften an eine Zusammenarbeit mit dem SGV zu gewöhnen für den Fall, dass sich eine Verlängerung oder eine vollwertige Ablösung des «Filialbeschlusses» einmal nicht erreichen liesse.

Mit dem «Übereinkommen» verstummten die heftigen Auseinandersetzungen, die seit 1933 in der Presse des Detailhandels und der Genossenschaften wieder geführt worden waren. Wohl beharrten beide Parteien auf ihren Auffassungen und gaben diesen in ihrer Presse gelegentlich auch Ausdruck, aber man verzichtete doch auf einen systematischen Pressefeldzug gegen den wirtschaftlichen Gegner.

b) Die Revision der Wirtschaftsartikel der Bundesverfassung

Gleichzeitig mit den Kämpfen um den «Filialbeschluss» suchte der Detailhandel auch seine Forderung einer grundlegenden Neuordnung der Wirtschaftsverfassung durchzusetzen.

Die Absichten der Vertreter des Detailhandels gingen dahin, durch berufliche Ertüchtigung den Detaillistenstand zu heben, was aber unmöglich war, ohne den ständigen Zustrom ungeeigneter Elemente in diesen Beruf zu hemmen. Man forderte deshalb, nur solche Bewerber seien zur Führung eines Detaillistenbetriebes zuzulassen, welche sich über die nötigen beruflichen Kenntnisse, einen guten Leumund und die erforderlichen finanziellen Mittel auszuweisen vermögen. Zeitweise wurde auch verlangt, die Bewilligung zur Neueröffnung von gewerblichen oder kaufmännischen Betrieben sei vom Nachweis eines Bedürfnisses für diese Betriebe abhängig zu machen, doch sah man später von dieser Forderung

wieder ab, da man es als politisch unmöglich erachtete, sie durchzusetzen³³.

Für diese Postulate suchte man im Rahmen der Revision der Wirtschaftsartikel der Bundesverfassung, die damals in Vorbereitung war, die verfassungsmässigen Grundlagen zu schaffen³⁴. Solange sich diese Forderungen allein auf den mittelständischen Detailhandel bezogen, hatten die Genossenschaften keinen Grund, sich gegen sie zu wenden. Aber es war zu erwarten, dass der Detailhandel nicht bloss die Verhältnisse innerhalb seiner eigenen Reihen regeln wollte. Er vertrat vielmehr die Auffassung, alle Massnahmen zur Sanierung des Detailhandels seien nutzlos, wenn nicht auch seine Konkurrenz dieser Neuordnung unterworfen werde.

Wenn von gewerblicher Seite immer wieder betont wurde, mit den Forderungen nach dem obligatorischen Fähigkeitsausweis sollte nicht der Zutritt zu den betreffenden Berufen beschränkt, sondern vielmehr deren Niveau gehoben werden, so war dies höchstens insofern richtig, als diese Forderungen allein den mittelständischen Detailhandel betrafen. Soweit aber solche gesetzliche Bestimmungen auch auf Leiter genossenschaftlicher Verteilstellen angewendet werden sollten, wäre die Versuchung, sie nicht zur Hebung des Niveaus dieser Filialleiter zu verwenden, sondern zu diskriminierender Erschwerung der Neueröffnung genossenschaftlicher Filialen zu missbrauchen, mindestens sehr gross gewesen. Hätten diese Bestimmungen aber auf die Genossenschaften keine Anwendung gefunden, beispielsweise weil die Aufgaben des Filialleiters einer Genossenschaft doch andere sind als diejenigen eines selbständigen Detaillisten, so wäre die «Ordnung» des Detailhandels lückenhaft gewesen und eine Ergänzung, etwa in Form der dauernden gesetzlichen Verankerung einer dem «Filialbeschluss» ähnlichen Regelung, wäre auf die Dauer wohl nicht zu vermeiden gewesen.

Wenn auch die Genossenschaften zu einer Verständigung mit dem Detailhandel und zu einer Mitarbeit zu dessen Sanierung durchaus bereit waren, so wollten sie doch ihre Freiheit bewahren. Sie fürchteten aber, die neuen Wirtschaftsartikel würden ihre Handlungsfreiheit einschränken und sie zu ähnlichen «freiwilligen» Abmachungen zwingen, wie sie schon im Zusammenhang mit dem «Filialbeschluss» hatten eingegangen werden müssen. Deshalb forderten sie, in die neuen «Wirtschaftsartikel» solle eine Bestimmung aufgenommen werden, wonach die Selbsthilfegenossen-

³³ Vgl. *Paul Beuttner*, Die Bewilligungspflicht für Neugründungen in Handwerk und Detailhandel als Instrument der Gewerbepolitik, Weinfelden 1942, S. 5/6.

³⁴ Vgl. Botschaft des Bundesrates vom 10. September 1937, *Bundesblatt* 1937, Bd. 2, S. 833 ff.; *Gutersohn*, «Der SGV», a. a. O., S. 135–146.

schaften «durch die Gesetzgebung weder an ihrem Entstehen noch in ihrem Wirken und in ihrer Entwicklung beeinträchtigt werden» dürfen³⁵.

Der Detailhandel setzte sich aber gegen eine solche «Privilegierung» der Genossenschaften zur Wehr, hätte eine derartige Verfassungsvorschrift die Genossenschaften doch gänzlich von seinen «Ordnungsbestrebungen» ausgenommen. Da die Genossenschaften und der SGV seit dem Abschluss des «Übereinkommens» in einem Vertragsverhältnis standen, wurden die Diskussionen um die Wirtschaftsartikel im allgemeinen aber doch wesentlich ruhiger und sachlicher ausgetragen als dies noch anlässlich der Kämpfe um den «Filialbeschluss» der Fall gewesen war.

Die Genossenschaften konnten ihre Wünsche im Zusammenhang mit der Revision der «Wirtschaftsartikel» indessen nicht durchsetzen – ihre bereinigte Fassung von 1939, die allerdings infolge der Kriegereignisse dem Volke nie vorgelegt und deshalb nie in Kraft gesetzt werden konnte³⁶, enthielt den geforderten ausdrücklichen Schutz der Genossenschaften nicht. Allerdings sah auch der Detailhandel einen grossen Teil seiner Wünsche in der Verfassungsvorlage nicht berücksichtigt.

c) Die Ausgleichsteuer³⁷

Neben dem «Filialbeschluss» stellte die Ausgleichsteuer eine weitere gewerbepolitische Massnahme dar, welche den Detailhandel vor der Expansion der Grossunternehmungen schützen sollte. Sie brachte letzteren eine offen diskriminierende progressive Steuerbelastung ihres Umsatzes – unterwarf sie also einer Abgabe, welche dem bisherigen schweizerischen Rechtsempfinden widersprach³⁸ und nur aus der einmaligen politischen und wirtschaftlichen Situation der dreissiger Jahre erklärt werden kann.

³⁵ Vgl. *SKV* 1938, S. 38.

³⁶ Die im Jahre 1946 in der Volksabstimmung gutgeheissenen neuen «Wirtschaftsartikel» der Bundesverfassung stellen eine gegenüber der Vorlage von 1939 völlig umgearbeitete Fassung dieser Bestimmung dar.

³⁷ Vgl. insbesondere Botschaft des Bundesrates vom 7. Juni 1938, *Bundesblatt* 1938, Bd. 1, S. 914 ff.; Bericht des Bundesrates vom 18. Oktober 1938, *Bundesblatt* 1938, Bd. 2, S. 557 ff.; Botschaft vom 20. Dezember 1939, *Bundesblatt* 1939, Bd. 2, S. 910 ff.; *Ernst Blumenstein*, Steuerrechtliches Gutachten über die projektierte Ausgleichsteuer auf Grossunternehmungen des Einzelhandels, Zürich 1938; *Ernst Blumenstein*, Steuerrechtliches Gutachten betreffend den Ausführungsbeschluss über die Ausgleichsteuer, Zürich 1940; *Fritz Mangold*, Die Filialunternehmungen und die Ausgleichsteuer, Basel 1938; *Oskar Schär*, Zur Ausgleichsteuer, Sonderdruck SKV 1938, Nr. 35; *Heinrich Küng*, Ausgleichsteuer und Arbeitsbeschaffung, Korreferat, gehalten 1939 (Vervielfältigung); *Eugen Grossmann*, Die Ausgleichsteuer im Lichte der heutigen Wirtschaftslage, Olten 1948; *Fritz Marbach*, Über die Frage, ob vom volkswirtschaftlichen Gesichtspunkt aus die Beibehaltung der Ausgleichsteuer oder ihre baldmöglichste Aufhebung zu befürworten ist, Olten 1948; *Ernst Gerwig*, Die Auswirkung der Ausgleichsteuer auf die Filialunternehmungen, Basel, ohne Jahr (frühestens 1948).

³⁸ Vgl. *Blumenstein*, «Projektierte Ausgleichsteuer», a. a. O., insbesondere S. 13 und S. 31.

Einerseits hatte sich die wirtschaftliche Lage des Detailhandels in den dreissiger Jahren wirklich verschlimmert, während gewisse Grossunternehmungen des Detailhandels von der konjunkturellen Situation eher begünstigt schienen und nur durch den «Filibalbeschluss» an einer weiteren Expansion verhindert wurden. Dies allein hätte aber wahrscheinlich zu einer die Grundprinzipien des schweizerischen Steuerrechts so sehr verletzenden Steuer nicht genügt, wenn nicht andererseits aus dem nationalsozialistischen Deutschland gewisse den Grossunternehmungen des Detailhandels feindliche und auch antisemitische Strömungen wirksam gewesen wären, die einen unbedingten Schutz des mittelständischen Detailhandels vor seiner Grosskonkurrenz, der man zu einseitig die Schuld an seinen wirtschaftlichen Schwierigkeiten zuschob, forderten³⁹. Der Bundesrat glaubte diesen Begehren auch deshalb entsprechen zu müssen, weil angesichts der sich abzeichnenden Gefahr eines Weltkrieges die Wahrung der innern Geschlossenheit des Schweizervolkes erforderlich war und er deshalb beim «Mittelstand» den Eindruck nicht erwecken wollte, der Bund verschliesse sich den Sorgen allein dieser Volksgruppe⁴⁰.

Mit der Ausgleichsteuer suchte man den Kostenvorsprung, welchen die Grossunternehmungen vor dem Detailhandel besaßen, zu beseitigen. Doch wollte man die mit dieser Massnahme verbundene Missachtung des Leistungsprinzips nicht zugeben, sondern bemühte sich, volkswirtschaftlich und sozial an sich begrüssenswerte Mehrleistungen als volkswirtschaftlich schädlich und moralisch verwerflich hinzustellen. Die Rationalisierungsmassnahmen durch die Grossbetriebe und ihre Anpassung des Angebots an die gestiegene Nachfrage nach billigen Standard- und Massenartikeln seien unmoralisch, weil die mittelständische Konkurrenz schädigend. Ihre rationelle und sparsame Verwendung der Arbeitskraft belaste den Arbeitsmarkt der unselbständig Erwerbenden. Der Bundesrat bezeichnete die Ausgleichsteuer als «ein Mittel im Kampf gegen das rücksichtslose Anziehen des Umsatzes durch Grossunternehmungen», welche «nach der Devise ‚Umsatz um jeden Preis‘, auch um den Preis der Vernichtung von Existenzen, um den Preis der Qualitätsverderbnis, um den Preis des wirtschaftlichen Friedens, der in unserm Lande bis vor wenigen Jahren zwischen Grossunternehmungen und mittelständischem Detailhandel geherrscht hatte⁴¹», wirtschafteten.

Der Bundesrat hat in seiner Botschaft vorgesehen, die Genossenschaften seien von der Ausgleichsteuer auszunehmen. Er rechtfertigte eine solche Vorzugsstellung der Genossenschaften ausser mit abstimmungstaktischen

³⁹ Vgl. *Marbach*, «Ausgleichsteuer», a. a. O., S. 9.

⁴⁰ Vgl. *Marbach*, «Ausgleichsteuer», a. a. O., S. 36.

⁴¹ Vgl. *Bundesblatt* 1938, Bd. 2, S. 569/570.

Überlegungen auch mit ihrer besonderen wirtschaftlichen Zielsetzung, mit der Tatsache, dass «unter Verzicht auf Unternehmergewinne bei den Genossenschaften alle nicht in das Geschäft fliessenden Überschüsse an die Konsumenten zurückgegeben werden». Auch sei «die Kostenersparnis bei den auf demokratischer Grundlage aufgebauten Verwaltungen der Konsumvereine mit ihrer althergebrachten, weitgehenden Personalfürsorge geringer als bei vollständig durchrationalisierten Betrieben⁴²». Eine Rolle spielte gewiss auch die Tatsache, dass das Verhältnis der Genossenschaften zum Detailhandel viel besser war als dasjenige zwischen den mittelständischen Detaillisten und den kapitalistischen Grossdetaillisten.

Vielleicht stellte es einen Fehler dar, dass einzelne Vertreter der Genossenschaften diese Argumentation des Bundesrates aufnahmen und nicht gegen die Ausgleichsteuer prinzipiell, sondern bloss gegen die Unterstellung auch der Genossenschaften unter diese Abgabe kämpften⁴³. Schär betonte dabei sehr richtig, dass die Konsumgenossenschaften der Steuer nicht zu unterstellen seien, insofern sie eine Sollgewinn-Steuer darstellt. Hingegen vermögen wir seiner Argumentation nicht zu folgen, die Genossenschaften seien von der Steuer auch auszunehmen, insofern sie eine Kostensteuer sein soll, da sie als Selbstversorgungsgemeinschaften mit dem Detailhandel gar nicht in Berührung stünden. Indessen hätten die Genossenschaften von der Steuer richtigerweise befreit werden müssen, wenn sie gegenüber dem Detailhandel wirklich keine bedeutenden Kostenvorteile mehr besaßen. Wir haben aber den Eindruck, dass Schär die Rationalisierung doch zu sehr bloss als Lohndrückerei wertete und zu bedenkenlos in die gewerbliche Kritik gegenüber dem kapitalistischen Detailhandel einstimmt, wenn er behauptete, dass «die Konsumvereine ihre Betriebe nicht nach dem Muster der kapitalistischen Betriebe bis zum äussersten rationalisieren, sondern dass sie die Vorteile der Rationalisierung, soweit sie in einem demokratischen Betrieb überhaupt möglich sind, in weitgehendem Masse ihrem Personal zukommen lassen⁴⁴».

Trotz der Bemühungen der Genossenschaften gelang es der Opposition der Vertreter der Unternehmungen, die von der Steuer erfasst werden sollten, sowie des Gewerbes, die Genossenschaften der Ausgleichsteuer wenigstens zu einem ermässigten Satz zu unterwerfen. Im Juni 1939 wurde die Steuer, verkoppelt mit einer Arbeitsbeschaffungsvorlage und einem Kredit für den Ausbau der Landesverteidigung, in der Volksabstimmung gutgeheissen. Diese politisch und rechtlich anfechtbare Verkopplung lässt vermuten, dass die Ausgleichsteuer allein in der Volksabstim-

⁴² Vgl. *Bundesblatt* 1938, Bd. 1, S. 914.

⁴³ Vgl. Schär, «Ausgleichsteuer», a. a. O., im Gegensatz zu Küng, a. a. O.

⁴⁴ Vgl. Schär, Ausgleichsteuer, a. a. O., S. 9.

mung sehr gefährdet gewesen wäre. Der gutgeheissene Verfassungszusatz sah die Erhebung der Steuer bis zu einem Gesamtbetrag von 140 Millionen Franken vor. Sie sollte Unternehmungen des Detailhandels mit einem Umsatz von 200 000 Franken mit einer Abgabe von 0,2% des Umsatzes belasten. Mit steigendem Umsatz erhöhte sich der Satz und erreichte bei 10 Millionen sein Maximum. Dieser Höchstsatz betrug für Einheitspreisgeschäfte 4%, für Warenhäuser und Unternehmungen mit fahrenden Läden 2½%, für Filialunternehmungen 1½% und für Selbsthilfegenossenschaften ¾%. Die Steuer wurde im Jahre 1941 erstmals erhoben, und zwar in Anbetracht der gleichzeitigen Einführung der allgemeinen Warenumsatzsteuer im ersten Jahr bloss zu einem Drittel des vorgesehenen Satzes, nachher zu zwei Dritteln. Im Jahre 1954 wurde der Gesamtertrag von 140 Millionen Franken erreicht, weshalb die Steuer dahinfiel.

Es waren nicht allein der Zweck der Ausgleichsteuer höchst umstritten und die angewandten Mittel rechtlich überaus zweifelhaft, sondern sie erwies sich auch als durchaus unzulänglich, den erstrebten gewerbepolitischen Zweck zu erfüllen.

Sie war viel zu grobschlächtig konstruiert und liess sich individuellen Verhältnissen zu wenig anpassen. Aber auch abgesehen von diesen steuer-technischen Unzulänglichkeiten und Ungerechtigkeiten hatte die Ausgleichsteuer nicht die erwarteten Wirkungen. Sie sollte nach der Meinung ihrer Befürworter die betroffenen Unternehmungen zwingen, ihre Preise zu erhöhen und so deren Konkurrenzvorsprung vor dem Detailhandel beseitigen. Im allgemeinen wurde die Steuer auch wirklich auf die Konsumenten überwält, trotzdem die Preiskontrolle während des Krieges und während der Nachkriegsjahre und das Bestehen preisgebundener Markenartikel diese Überwälzung etwas erschwert haben mochten. Indessen wirkte sich diese Steuerabwälzung unter der Herrschaft des *sellers market* (Kriegswirtschaft und Nachkriegskonjunktur), der während der Wirksamkeit der Ausgleichsteuer fast ausschliesslich bestand, nicht im erwarteten Grade als Behinderung der Grossunternehmungen aus. Der gewerbepolitische Zweck der Steuer wurde nicht erreicht, tatsächlich wurde sogar diese Zielsetzung selbst durch die wirtschaftliche Entwicklung überholt, da sich der Detailhandel, den die Steuer schützen sollte, seit 1940 stets befriedigender Prosperität erfreute. Sogar bereits im Jahre 1938 scheint die wirkliche Lage des Detailhandels wesentlich besser gewesen zu sein als man damals befürchtete⁴⁵, so dass auch vom gewerbepolitischen Standpunkt aus die Berechtigung der Ausgleichsteuer schon damals zweifelhaft war.

⁴⁵ Vgl. Gerwig, a. a. O., S. 7.

Die Wirkungen der Steuer waren im ganzen negative: sie verstärkte den Preisauftrieb und blieb letztlich auf denjenigen Bevölkerungsgruppen lasten, deren Einkommen dem allgemeinen Preis- und Lohnanstieg nicht folgten. Für die meisten betroffenen Unternehmungen war sie nicht so sehr eine Behinderung im Wettbewerb als eine lästige, Umtriebe verursachende Belastung ihres Verwaltungsapparates. Vor allem aber stellte die Ausgleichsteuer eine ebenso schmerzhaft wie ungerechtfertigte Diskriminierung der ihr unterliegenden Unternehmungen dar, denen unloyales Geschäftsgebaren und asoziales Verhalten gegenüber Lieferanten, Arbeitnehmern und Konkurrenz, sowie eine verantwortungslose Schädigung von Volkswirtschaft und Staat überhaupt, unterstellt wurde, wogegen der Staat durch eine Sondersteuer einzuschreiten habe⁴⁶. Deshalb bekämpften auch die Genossenschaften die Ausgleichsteuer stets so scharf, trotzdem sie von ihr nur zum niedrigsten Satz erfasst wurden.

Die Ausgleichsteuer war für eine Situation gelähmter wirtschaftlicher Aktivität geschaffen worden, da der Detailhandel mit Schwierigkeiten zu kämpfen hatte. In diesem Falle wäre bei Überwälzung der Steuer auf die Konsumenten die Wettbewerbskraft der Grossunternehmungen zweifellos beeinträchtigt worden, was dem Detailhandel einige Erleichterungen hätte bringen können. Allein es ist zu erwarten, dass die Grossbetriebe die Steuer unter diesen Umständen aus dem Gewinn bestritten oder sie «ausrationalisiert» hätten. Wahrscheinlich hätte die Ausgleichsteuer also auch bei *buyers market* ihren gewerbepolitischen Zweck verfehlt. Unter Umständen hätte sie sogar die Schwierigkeiten des Detailhandels vergrössern können – insofern nämlich, als die Steuer durch Rationalisierungsmassnahmen überkompensiert worden wäre oder zu einem nun wirklich erheblichen Preisdruck auf die Lieferanten geführt hätte, welche sich durch entsprechend höhere Margen für ihre Lieferungen an kleine Detaillisten zu «erholen» versucht hätten⁴⁷.

Der gewerbepolitische Zweck der Ausgleichsteuer könnte bloss durch eine richtiggehende «Erdrosselungssteuer» mit Sicherheit erreicht werden. Auf lange Sicht ist jedoch, wie Marbach zu Recht bemerkt, zu bezweifeln, ob derartige gewaltsame Eingriffe in eine organisch gewordene und grundsätzlich freie Wirtschaft volkswirtschaftlich tragbar wären und sich nicht schlussendlich auch gegen den Detailhandel selber wenden müssten.

⁴⁶ Vgl. Marbach, «Ausgleichsteuer», a. a. O., S. 40 ff.

⁴⁷ Vgl. Marbach, «Ausgleichsteuer», a. a. O., S. 30–55, insbesondere S. 44. Unsere Ausführungen über die Ausgleichsteuer fassen überhaupt weitgehend auf dem Gutachten von Prof. Marbach.

KRIEGSJAHRE UND NACHKRIEGSZEIT

1. Der Kampf um gesetzgeberische Ordnungsmassnahmen im Detailhandel

Während des Zweiten Weltkrieges wurden sehr wenig polemische Streitereien um die Genossenschaften geführt – andere Sorgen waren dringlicher. Die Meinungsverschiedenheiten, die auch während des Krieges auftauchten, wurden in ruhigem und sachlichem Tone ausgetragen – so vor allem die Auseinandersetzung um die Einführung der kriegswirtschaftlichen Bewilligungspflicht.

Gestützt auf seine ausserordentlichen Vollmachten erliess der Bundesrat am 11. Februar 1941 einen «*Bundesratsbeschluss über die kriegswirtschaftliche Bewilligungspflicht für die Eröffnung von Betrieben*». Dieser Beschluss bedeutete eine grosse Enttäuschung für das Gewerbe und den Detailhandel, unterstellte er doch nur solche Betriebe der kriegswirtschaftlichen Bewilligungspflicht, deren Eröffnung einen Mehrverbrauch an lebenswichtigen und knappen Rohstoffen und Materialien bedingte, während er die Bewilligungspflicht aus gewerbepolitischen Gründen nicht vorsah⁴⁸. Solche gewerbepolitische Postulate berücksichtigte hingegen der Entwurf des BIGA zu einem «*Bundesratsbeschluss über Massnahmen zum Schutze des Detailhandels*». Dieser sah vor, die Eröffnung und Erweiterung von Betrieben auch des Detailhandels mit Lebensmitteln der Bewilligungspflicht zu unterstellen und diese Bewilligung u. a. auch vom Bedürfnisnachweis abhängig zu machen. Artikel 5 des Entwurfes lautete:

«Bedürfnisnachweis. – Die Bewilligung ist zu erteilen, wenn der Gesuchsteller nachweist, dass für die Eröffnung oder Erweiterung insofern ein Bedürfnis besteht, als die bereits vorhandenen Betriebe nicht genügen, um den Bedarf der Bevölkerung in ausreichender Weise und zu angemessenen Preisen zu decken. Sie kann jedoch verweigert werden, wenn durch ihre Erteilung die Existenz leistungsfähiger selbständiger Detailhandelsbetriebe ernstlich gefährdet würde⁴⁹.»

Für Selbsthilfegenossenschaften war die gleiche Regelung wie unter dem «*Filialbeschluss*» vorgesehen, bloss dass ihr nun sämtliche Konsumgenossenschaften und nicht mehr bloss die Grossunternehmungen mit

⁴⁸ Vgl. *Beuttner*, a. a. O., S. 14 ff.; *Gutersohn*, «Der SGV», a. a. O., S. 220 ff.

⁴⁹ SKV 1944, S. 270.

mehr als drei Verteilstellen unterstellt werden sollten. Artikel 4 des Entwurfes schrieb vor:

«Genossenschaften, die mit dem SGV eine Vereinbarung über die Eröffnung und Erweiterung ihrer Detailverkaufsstellen abgeschlossen haben, können vom Bundesrat von den Vorschriften dieses Bundesratsbeschlusses befreit werden⁴⁹.»

Dieser Entwurf enthielt so weitgehende und umstrittene Bestimmungen, dass sie der Bundesrat nicht mehr auf dem Vollmachtenweg durchführen konnte. Die Genossenschaften gaben ihrer Opposition sehr energischen Ausdruck, und wohl nur der Krieg ausserhalb der Landesgrenzen hielt den Burgfrieden zwischen dem SGV und dem VSK, der seit 1935 herrschte, noch aufrecht. Der SGV konnte bloss einen Rahmenbeschluss durchsetzen, welcher auf dem Vollmachtenwege erlassen wurde und den Vorsteher des Volkswirtschaftsdepartementes ermächtigte, für einzelne von ihm zu bestimmende Gewerbebezüge auf die Dauer von 3 Jahren den obligatorischen Befähigungsausweis einzuführen⁵⁰. Die Bemühungen des SGV, den Bundesrat zu veranlassen, den Detailhandel diesem Obligatorium zu unterstellen, blieben erfolglos.

Zum eigentlichen Bruch zwischen den Genossenschaften einerseits und dem SGV und den Detaillistenverbänden andererseits kam es im Jahre 1945, als die Versuche scheiterten, den «*Filialbeschluss*» (er war 1941 um drei Jahre und 1944 nochmals um ein Jahr verlängert worden) nach seinem Ausserkrafttreten auf Ende des Jahres 1945 durch eine diesmal wirklich freiwillige Vereinbarung zu ersetzen.

Die Meinungen über die Gestalt einer solchen freiwilligen Regelung gingen zwischen dem SGV und dem VSK zu weit auseinander. Der SGV dachte an ein freiwilliges Sicheinordnen der Genossenschaften in die von ihm konzipierte Ordnung des Detailhandels. Die Genossenschaften andererseits wären anscheinend bereit gewesen, mit dem SGV in ständiger Verbindung zu bleiben in dem Sinne etwa, dass man sich in einer konsultativen Kommission über strittige Fragen zu einigen versucht hätte. Aber sie waren nicht mehr bereit, einseitig und im voraus auf ihre Handlungsfreiheit vertraglich zu verzichten, was der «*Filialbeschluss*» ihnen aufgezwungen hatte – und gerade das erwartete der SGV von ihnen⁵¹.

Die 1939 bereinigte Fassung der *Wirtschaftsartikel* war der Volksabstimmung infolge der Kriegereignisse nie unterzogen worden, und nach dem Kriege drängte sich eine Änderung dieser Verfassungsvorschläge auf. Hatte schon die Fassung von 1939 nicht alle gewerblichen Wünsche be-

⁴⁹ SKV 1944, S. 270.

⁵⁰ Vgl. SKV 1945, S. 114.

⁵¹ Vgl. Gutersohn, «Der SGV», a. a. O., S. 215–220.

friedigt, so sollte sich zeigen, dass die Vorlage nun, vom gewerblichen Standpunkt aus beurteilt, sogar noch verschlechtert wurde. So wurde vor allem die Möglichkeit der Allgemeinverbindlichkeitserklärung von Verbandsbeschlüssen auf die Regelung der Arbeitsverhältnisse beschränkt. Der Traum der korporativen Wirtschaft war damit ausgeträumt. Hingegen schufen die neuen Wirtschaftsartikel eine verfassungsmässige Grundlage zur Verwirklichung anderer gewerblicher Postulate, so vor allem des obligatorischen Fähigkeitsausweises, während der Detailhandel darauf verzichtete, die Neueröffnung von Betrieben von der Bedürfnisfrage abhängig machen zu wollen. Die betreffenden Bestimmungen in der Verfassungsvorlage lauteten:

«Artikel 31 bis.

Absatz 3. Wenn das Gesamtinteresse es rechtfertigt, ist der Bund befugt, nötigenfalls in Abweichung von der Handels- und Gewerbebefreiheit Vorschriften zu erlassen.

a) Zur Erhaltung wichtiger, in ihren Existenzgrundlagen gefährdeter Wirtschaftszweige oder Berufe sowie zur Förderung der beruflichen Leistungsfähigkeit der Selbständigerwerbenden in solchen Wirtschaftszweigen oder Berufen...»

Die Genossenschaften konnten diesem Art. 31 bis, Absatz 3, lit. a, nicht zustimmen, da eine Ausdehnung des Obligatoriums des Fähigkeitsausweises auch auf sie unannehmbar war. Sie mussten mit einer für sie ungünstigen Auslegung des Art. 31 bis rechnen, da der Detailhandel sehr wohl behaupten konnte, seine Erhaltung ohne eine Einengung der Freiheit auch der Genossenschaften sei unmöglich.

Aus diesen Gründen verlangten die Genossenschaften, in die Wirtschaftsartikel sei eine Bestimmung aufzunehmen, welche eine derartige Auslegung des Art. 31 bis verhindere. Sie erreichten auch, dass als Absatz 5 dem Artikel 31 bis folgender Passus hinzugefügt wurde:

«Der Bund gewährleistet bei der Gesetzgebung auf Grund von Absatz 3, lit. a und b, die Entwicklung der auf gegenseitiger Hilfe beruhenden Organisationen der Wirtschaft.»

Allerdings befriedigte diese Fassung des «Genossenschaftsartikels» die Konsumvereine nicht, da sie viel zu allgemein und unverbindlich gehalten war, um sie vor Übergriffen zugunsten des Detailhandels ausreichend zu schützen⁵². So konnte sich die Delegiertenversammlung des VSK nicht dazu entschliessen, den Verfassungsentwurf dem Volk zur Annahme zu empfehlen, sondern sie verzichtete darauf, eine Parole auszugeben. Der SGV dagegen entschloss sich dazu, den Entwurf zu unterstützen, allerdings nur nach schweren Bedenken und nachdem Bundesrat Stampfli versichert hatte, der Genossenschaftsartikel besitze bloss deklamatorischen Charakter! Der SDV dagegen empfahl die Verwerfung der Vorlage, ebenso der Veledes.

⁵² Vgl. SKV 1947, S. 250 und S. 381; Gutersohn, «Der SGV», a. a. O., S. 205–209.

Trotzdem die Wirtschaftsartikel also auf vielfache Bedenken und sogar teilweise auf strikte Ablehnung stiessen, wurde die Verfassungsvorlage vom Schweizervolk in der Abstimmung vom 6. Juli 1947 mit 557'000 Ja gegen 494'000 Nein gutgeheissen.

Die gute Wirtschaftslage bot bis heute keinen Anlass, den Artikel 31 bis auf den Detailhandel anzuwenden. Die Zukunft wird weisen, ob bei einer allfälligen späteren Anwendung dieses Artikels auf den Detailhandel der Absatz 5 den Genossenschaften genügend Schutz bietet.

2. Der Kampf um die Steuergesetzgebung

Nachdem die Auseinandersetzungen zwischen dem Detailhandel und den Genossenschaften um die gesetzliche Neuordnung des Detailhandels mit der Annahme der Wirtschaftsartikel zum Verklingen gekommen waren, setzten sie sich im Kampf um die Steuergesetzgebung fort. Seit der Jahrhundertwende hatten Steuerfragen nicht mehr derart im Mittelpunkt der Auseinandersetzungen um die Genossenschaften gestanden, auch wenn der Streit über ihre «gerechte» Besteuerung nie gänzlich verstummt war.

Die Genossenschaften hatten im Lauf der Jahrzehnte erreicht, dass die Rückvergütung in 4 Kantonen gänzlich steuerfrei blieb⁵³. In den Kantonen, welche die Rückvergütung als «Gewinne» besteuern, versuchten die Konsumvereine, dieser, wie sie überzeugt waren, ungerechten Behandlung zu entgehen, indem sie die Rückvergütung teilweise in Form eines Rabatts auszahlten, der zu den Unkosten gerechnet werden und steuerfrei bleiben sollte.

Allerdings ging das Bundesgericht auf diesen «Trick» solange nicht ein, als die äussere Form des Rabatts nicht völlig gewahrt wurde. Auch als der Konsumverein Davos seine Rückvergütung äusserlich vollständig dem Rabatt angeglichen hatte, schützte das Bundesgericht im Jahre 1922 die Besteuerung dieser «Rabatte», da der Rabatt des Konsumvereins seinem Wesen nach noch immer einen «Gewinnanteil» darstelle, eine antizipierte Rückvergütung, und zwar besonders dann, wenn die Jahresergebnisse des betreffenden Konsumvereins relativ stabil seien⁵⁴.

Im Jahre 1927, im *Steuerrekursfall des Konsumvereins Derendingen*, änderte das Bundesgericht diese Praxis. Allerdings gestand es eine Steuerbefreiung

⁵³ Vgl. SKV 1946, S. 766.

⁵⁴ Vgl. Arcioni, a. a. O., S. 111–118, insbesondere S. 115–117.

der «Rabatte» der Genossenschaften nur zu, wenn diese ihre Waren nicht nur an Mitglieder, sondern auch an Dritte abgaben und diesen die gleichen Rabatte gewährten wie den Mitgliedern – wenn die Genossenschaften also einen wichtigen genossenschaftlichen Grundsatz aufgaben⁵⁵!

Die nur kurzen Auseinandersetzungen im Anschluss an diesen Bundesgerichtsentscheid verhinderten den sich zwischen den Konsumvereinen und dem Detailhandel anbahnenden Burgfrieden nicht, und auch die Bundessteuern, die sich bisher mit dem Problem der Besteuerung des Ertrages der Genossenschaften zu befassen gehabt hatten, waren nicht Gegenstand allzu heftiger Auseinandersetzungen gewesen.

Die ersten derartigen Bundessteuern, die *Kriegssteuer* und die *Kriegsgewinnsteuer*, waren während des Ersten Weltkrieges entstanden, die *Krisenabgabe* während der gefährlichsten Wirtschaftskrise, welche die Schweiz je erlebt hatte (das gleiche gilt auch von der *Ausgleichsteuer*), und die *Wehrsteuer* während des Zweiten Weltkrieges. Diese Steuern trugen alle provisorischen Charakter und sollten nach Überwindung der das Land bedrohenden Gefahren wieder fallen, so dass man sich mit ihren Mängeln und etwaigen Ungerechtigkeiten eher abfand. Auch kamen die Bundessteuern während des Ersten Weltkrieges den Begehren der Konsumvereine insofern entgegen, als sie zwar die Rückvergütungen als Ertrag der Konsumvereine bezeichneten, sie aber doch bloss zur Hälfte besteuerten. Die Genossenschaften beharrten zwar auf ihrem grundsätzlichen Standpunkt, die Rückvergütung stelle keinen steuerbaren Ertrag dar, fanden sich aber mit dieser Regelung ab.

Mit diesen Kriegssteuern war bereits eine Praxis der Besteuerung der Konsumgenossenschaften durch den Bund geschaffen, an welche man sich bei der Krisenabgabe anlehnte: die Rückvergütung wurde in der zweijährigen Abgabeperiode zu 2¼%, der übrige Ertrag der Konsumgenossenschaften zu 4½% besteuert; Rabatte blieben, in Anlehnung an das «Derendinger Urteil», steuerfrei. Eine Polemik entspann sich um diese Regelung kaum.

Die auf dem Vollmachtenwege erlassene Wehrsteuer löste die Krisenabgabe ab. Die Genossenschaften forderten eine Steuerbefreiung der Rückvergütung, doch drangen sie nicht durch. Hingegen gelang es ihnen wenigstens, eine Gleichbehandlung von Rückvergütung und Rabatt zu erreichen, indem beide steuerfrei blieben, soweit sie 5% des Kaufpreises nicht überstiegen, während auf dem diese 5% übersteigenden Teil von Rückvergütungen und Rabatten eine Steuer von 3% erhoben wurde⁵⁶. Obwohl

⁵⁵ Vgl. SKV 1946, S. 644.

⁵⁶ Vgl. SKV 1940, S. 184.

damit den grundsätzlichen Begehren der Genossenschaften nicht Rechnung getragen wurde, gaben sie sich mit diesem Teilerfolg zufrieden, der wenigstens eine steuerliche Bevorzugung des Händlerrabatts vor der Rückvergütung vermied.

Die Bemühungen um eine Neuordnung und verfassungsmässige Verankerung der eidgenössischen Steuergesetzgebung nach dem Zweiten Weltkrieg führten erstmals wieder zu heftigen und erbitterten Steuerkämpfen zwischen Genossenschaften und Detailhandel. Der erste Steuerstreit der Nachkriegsjahre ging allerdings nochmals um ein Steuerprovisorium, um die *zusätzliche Wehrsteuer*. Dieses Provisorium wurde in den Jahren 1946–1948 so heftig umkämpft, weil die Wahrscheinlichkeit gross war, dass die zusätzliche Wehrsteuer die Gestalt einer allfälligen definitiven direkten Bundessteuer präjudizieren werde. Zudem widersprach diese Steuer dem Wesen der Genossenschaften so eindeutig, dass diese sich gegen eine Unterstellung unter diese Abgabe entschieden wehren *mussten*.

Die zusätzliche Wehrsteuer war nämlich als Nachfolgerin der Kriegsgewinnsteuer gedacht und sollte hohe Einkommen und Gewinne erfassen, welche, von sozialen Gesichtspunkten aus besehen, als anstössig erscheinen mochten. Einer solchen Steuer auch die genossenschaftliche Rückvergütung zu unterwerfen, war absurd. Zudem sollte sie den Ertrag der erfassten Unternehmungen progressiv nach der Ertragsintensität belasten. Diese Art der Steuerbemessung ist aber den Genossenschaften nicht angemessen, da sie keine Kapitalgesellschaften, sondern Personenvereinigungen darstellen. Ihr Erfolg drückt sich also nicht in dem Grade aus, wie sich das eingeschossene Kapital verwertet, sondern in den Dienstleistungen, welche sie ihren Mitgliedern erweisen. Diese Dienste lassen sich keineswegs an der Höhe des Ertrages der Genossenschaften oder an der Höhe ihrer Rückvergütungen messen und stehen vollends mit dem Kapital, mit dem die Genossenschaft arbeitet, in keinerlei Beziehung. Die Besteuerung der Genossenschaften nach dem Rentabilitätsprinzip ist also unangebracht. Da viele dieser Personenvereinigungen mit sehr geringem Kapital arbeiten müssen, stellt eine derartige Besteuerung für solche Genossenschaften eine ernste Benachteiligung dar⁵⁷.

In richtiger Erkenntnis dieser Sachlage hatte der Bundesrat die Genossenschaften der zusätzlichen Wehrsteuer erst nicht unterstellen wollen. Der SGV, der Vorort des Handels- und Industrievereines und die Schweizerische Bankiervereinigung protestierten jedoch in einer Eingabe an den Bundesrat gegen diese angebliche Privilegierung der Genossen-

⁵⁷ Vgl. SKV 1946, S.644.

schaften. Diese Interessengruppen erreichten auch wirklich die Unterstellung der Genossenschaften unter die neue Steuer. Dieser Entscheid stellte für die Genossenschaften eine schwere Enttäuschung dar, nicht nur wegen der unmittelbaren finanziellen Auswirkungen, sondern auch weil die Besteuerung der Genossenschaften nach der Ertragsintensität und die Behandlung ihres Reinertrags und der Rückvergütungen als Profit und teilweise sogar als sozial anrühigen Überprofit für die künftige Gestaltung der Steuerordnung Schlimmes ahnen liessen.

Zwar wurde den Genossenschaften insofern eine Sonderstellung eingeräumt, als sie bloss dem halben Steuersatz der Aktiengesellschaften unterlagen und zwischen der Besteuerung als Erwerbsgesellschaft oder als natürliche Person wählen durften. Diese «doppelte Privilegierung», gegen welche die Gegner der Genossenschaften heftig protestierten, war wohl darauf zurückzuführen, dass der Steuergesetzgeber fühlte, dass die Genossenschaften eine andere Behandlung als die Aktiengesellschaften beanspruchen durften, sich aber scheute, die Wesensunterschiede zwischen Aktiengesellschaft und Genossenschaft klar herauszuarbeiten und daraus die nötigen Konsequenzen zu ziehen.

Der Kampf um die zusätzliche Wehrsteuer ging vor allem um die Anerkennung der spezifischen Wesensmerkmale der Genossenschaften als Nichterwerbsunternehmungen und Personenvereinigungen und der genossenschaftlichen Rückvergütung als Nichtgewinn. Um eine Anerkennung dieser Grundsätze zu erreichen, schlugen die Genossenschaften vor, man sollte ihre bisherigen Wehrsteuersätze um 20% erhöhen, sie aber von der zusätzlichen Wehrsteuer ausnehmen. Ihr Vorschlag hatte aber keinen Erfolg.

Um der zusätzlichen steuerlichen Belastung der Genossenschaften wenigstens den Stachel der völligen Verkennung des Wesens der genossenschaftlichen Rückvergütung zu nehmen, erklärten sich die Genossenschaften auch bereit, auf die niedrigern Steuersätze zu verzichten, wenn man die Rückvergütung steuerfrei liesse. Die Anerkennung der Rückvergütung als etwas dem kapitalistischen Gewinn grundsätzlich Wesensfremdes war ihnen vor allem wichtig, auch wenn dies zu keiner unmittelbaren steuerlichen Entlastung geführt hätte. Aber man lehnte auch diesen Vorschlag ab, weil man im Hinblick auf die kommende definitive Neuordnung der Bundesfinanzen grundsätzlich der genossenschaftlichen Rückvergütung keine Sonderbehandlung zugestehen wollte.

Die zusätzliche Wehrsteuer wurde allerdings nie erhoben; sie wurde vielmehr bereits im Jahre 1948 in einen sogenannten *Sonderzuschlag zur Wehrsteuer* umgewandelt. Dieser brachte den Genossenschaften insofern einen kleinen Erfolg, als die Rabatte ihrer Konkurrenz nicht mehr vor

der genossenschaftlichen Rückvergütung privilegiert, sondern gleich wie diese besteuert wurden. Die zusätzliche Wehrsteuer hatte die Rabatte, nicht aber die Rückvergütungen, steuerfrei lassen wollen!

Der Kampf um die Besteuerung der Genossenschaften ging weiter mit den Auseinandersetzungen um die *Bundesfinanzreform*. Es ist hier nicht der Ort, den Leidensweg der Bundesfinanzreform darzustellen. Es sei lediglich festgehalten, dass sämtliche Projekte, welche eine direkte Bundessteuer enthielten, sowie auch die Übergangsordnungen 1949–1954 und 1955–1958 die Rückvergütungen der Genossenschaften der Besteuerung unterwarfen, soweit sie 5% überstiegen. Hingegen gelang es diesen wenigstens, eine Besteuerung ihrer Betriebsüberschüsse nach der Kapitalintensität zu vermeiden und eine feste proportionale Besteuerung der Erträge zu erreichen⁵⁸

3. Von den publizistischen Auseinandersetzungen um die Konsumgenossenschaften in der Nachkriegszeit

Schon bevor nach Beendigung des Zweiten Weltkrieges die wirtschafts- und steuerpolitischen Auseinandersetzungen mit dem Detailhandel wieder auflebten, verstärkten die Genossenschaften ihre ideologische Propaganda. Allerdings beschuldigten sie den Detailhandel nicht mehr wie früher des Profitstrebertums und der Ausbeutung, sondern versuchten vornehmlich, bei den Konsumenten das Verständnis für den demokratischen Aufbau der genossenschaftlichen Unternehmungen zu fördern⁵⁹. Sie setzten gleichzeitig ihre Politik des «gerechten» Preises fort und verzichteten also auf das Mittel des Preiskampfes zur Vergrößerung ihres Ladennetzes und zur Erhöhung ihrer Umsätze⁶⁰. Nachdem die Gegenaktion des Detailhandels gegen die ideelle Propaganda der Genossenschaften eingesetzt hatte, begnügten sich diese mehr und mehr damit, sich der Anwürfe des wirtschaftlichen Gegners zu erwehren. Anders als man dies eigentlich erwarten sollte, sahen sich die Genossenschaften im ideologischen Kampf wieder eher in die Verteidigung gedrängt.

Die Gegenangriffe des Detailhandels gegen die Genossenschaften wurden auf oft recht wenig wählerische Art und Weise vorgetragen. So hielt man der Genossenschaftsidee entgegen, sie zerstöre das Wirtschaftssystem

⁵⁸ Vgl. *Gutersohn*, «Der SGV», a. a. O., S. 316–318.

⁵⁹ Vgl. z. B. *GV* vom 21. September 1946 und *SGZ* vom 13. Januar 1945.

⁶⁰ Vgl. *SWV* vom 27. Oktober 1946; *SHZ* vom 10. Mai 1946; *Lebensmittel-Handel* vom 11. Februar 1949.

des bürgerlichen Staates und führe unsere Gesellschaft bewusst oder unbewusst zur totalitären Staatswirtschaft östlicher Prägung⁶¹. Trotzdem wurden der VSK mit seinen Genossenschaften bei anderer Gelegenheit den Erwerbsunternehmungen des kapitalistischen Sektors der Wirtschaft gleichgestellt und ihr Charakter als Nichterwerbsunternehmungen bestritten. Schon das umfassende Warensortiment der Genossenschaften bewiese dies⁶². Auch die angeblich beispiellose Expansion der Genossenschaften nach dem Kriege⁶³ weise angeblich auf ihren Erwerbscharakter hin. Diese Expansion drohe den «Mittelstand, die wichtigste kulturelle und sozialpolitische Stütze unserer westeuropäischen Demokratien», zu zerstören⁶⁴. Der Genossenschaftsidee wurde also das «Mittelstandsargument» entgegengehalten. Dabei wurde aber betont, dass die Genossenschaften den Mittelstand nicht etwa bedrohten, weil sie wirtschaftlich leistungsfähiger seien, sondern weil sie von der Wirtschafts- und Steuerpolitik des Staates privilegiert würden.

⁶¹ Vgl. *Lebensmittel-Handel* vom 15. April 1949; *SWV* vom 6. Mai 1945.

⁶² Vgl. *SDZ* vom 30. April 1949.

⁶³ Vgl. *Lebensmittel-Handel* vom 11. Februar 1949.

⁶⁴ Vgl. *SWV* vom 27. Oktober 1948.

DRITTER THEIL
GRUNDSÄTZLICHE BETRACHTUNGEN

SIND DIE KONSUMGENOSSENSCHAFTEN ERWERBSUNTERNEHMUNGEN?

Indem die Genossenschaften behaupteten, keine Erwerbsunternehmungen darzustellen, hofften sie immer wieder, von der staatlichen Wirtschafts- und Steuerpolitik anders behandelt zu werden als der erwerbswirtschaftliche Detailhandel. Diese Andersbehandlung stellte nach ihrer Ansicht keine Bevorzugung dar, da nur Gleiches gleich behandelt werden darf. Der Detailhandel indessen betrachtete die Genossenschaften stets als Erwerbsinstitute; eine andere Behandlung der Genossenschaften als sie den übrigen Erwerbsunternehmungen zuteil wird, bedeute für sie eine Privilegierung.

1. Erwerb im umfassenden Sinne des Detailhandels

Der Detailhandel, der die Genossenschaften als «Erwerbsunternehmungen» bezeichnet, versteht den Begriff «Erwerb» in einem sehr umfassenden Sinne: er bezeichnet jede wirtschaftliche Betätigung ausser dem Verbrauch im engsten Sinne des Wortes als Erwerb, also jede Tätigkeit, welche mittelbar oder unmittelbar der Bereitstellung von Verbrauchsgütern dient, sei es zu eigenem Gebrauch oder zum Austausch. Jede derartige produktive Betätigung schaffe «pekuniäre Vorteile, Gewinn, Nutzen, Profit», stelle also eine Erwerbstätigkeit dar¹. Da auch die Genossenschaften mit der Bereitstellung von Gütern für den letzten Verbraucher produktive Funktionen erfüllen, in ihren Betrieben für ihre Mitglieder Nutzen «produzieren», sind sie nach diesem Erwerbsbegriff erwerbstätig. Ihren Erwerb stellen nach dieser Auffassung die Rückvergütung, die Reserveäufnung oder ein allfälliger gegenüber dem «normalen» Marktpreis tieferer Warenpreis dar².

In unserer Verkehrswirtschaft weist die Produktion einen doppelten Aspekt auf: sie bringt Gebrauchswerte und gleichzeitig auch Tausch-

¹ Vgl. *SGV*, «Kritische Betrachtungen», a. a. O., S. 20, sowie S. 12 und S. 29.

² Vgl. auch *Hans Ammann*, Die Frage der Bevorzugung der Konsumenten-Genossenschaften in der Besteuerung, Diss. Bern 1948, S. 53 ff.

werte hervor. Einkommensbildend sind in der Verkehrswirtschaft allein die Tauschwerte, sie stellen den «Erwerb» dar. Erwerbsbetriebe sind also dadurch charakterisiert, dass sie möglichst viele und hohe Tauschwerte zu produzieren suchen. Der Gebrauchswert ist ihnen nur insofern interessant, als er den Tauschwert beeinflusst, was oft, aber durchaus nicht immer, der Fall ist.

Der Dienstleistungsbetrieb stellt dagegen die Gebrauchswerte in den Mittelpunkt seiner Bemühungen, *sie* sollen möglichst hoch sein. Der Tauschwert soll im Gegensatz dazu entweder tief gehalten werden (er kann in unserem Zusammenhang mit dem Preis identifiziert werden), oder er ist überhaupt nicht von Bedeutung.

Der fundamentale Unterschied zwischen Dienstleistungsbetrieb und Erwerbsbetrieb muss auch terminologisch festgehalten werden, durch den beschriebenen Erwerbsbegriff des Detailhandels wird er aber im Gegenteil verwischt. Die Bildung von Tauschwerten ist bei der Produktion durch Dienstleistungsbetriebe verhältnismässig klein; sie erreicht nur die Höhe ihrer Kosten, d. h. ihrer Erlöse, welche an verwendete Produktionsfaktoren weitergegeben werden müssen und also nicht den Genossenschaften selbst als Erwerb zugerechnet werden können. Aus diesem Grund wird vom Detailhandel der Versuch unternommen, ihren «Erwerb» nicht auf Grund von Tauschwerten, sondern auf Grund der produzierten Gebrauchswerte zu berechnen. Eine solche Konstruktion ist schon bei Selbstversorgern, wo Dienstleistungsbetrieb und Verbraucher der produzierten Güter identisch sind, sehr kontrovers (es gibt keinen «normalen» Preis, welcher einer solchen Wertberechnung ohne Bedenken zugrunde gelegt werden könnte). Bei Dienstleistungsbetrieben, welche auch juristisch selbständige Persönlichkeiten darstellen und ihre Produkte gar nicht selbst gebrauchen, ist es vollends falsch, diesen Institutionen selbst einen Erwerb auf Grund der produzierten Gebrauchswerte zuzurechnen. Wohl produzieren auch die Genossenschaften «Gewinn, Nutzen, Profit», aber es handelt sich hier nur um Tauschwerte und «Erwerb» insofern sie kostenbedingt und den Genossenschaften selbst gar nicht zuzurechnen sind, sonst aber um Gebrauchswerte, die, will man sie schon fälschlich als Erwerb behandeln, höchstens dem Gebraucher anzurechnen sind, nicht aber dem Produzenten. Nicht jede Produktion von Werten stellt Erwerb dar.

Die gleichen Schlussfolgerungen ergeben sich übrigens auch, wenn man die Funktionen untersucht, welche dem Erwerb in der kapitalistischen Wirtschaft zukommen (Leistungsanreiz, «Motor» der Wirtschaft), und sie mit den Funktionen des Betriebsüberschusses einer Genossenschaft mit seinem transitorischen und bloss vorläufigen Charakter vergleicht.

2. Die Konsumgenossenschaften als Selbstversorgungsgemeinschaften oder «Haushalte»

Vom beschriebenen Erwerbsbegriff ausgehend, muss der Detailhandel alle Versuche der Konsumgenossenschaften, ihren Nichterwerbscharakter zu beweisen, als unzulänglich betrachten, es sei denn, sie vermöchten ihn zu überzeugen, sie seien überhaupt nicht produktionswirtschaftlich tätig.

In dieser Richtung gehen allerdings gewisse Behauptungen der Genossenschaften, gemeinsame Haushaltungen darzustellen, nicht in der Sphäre der Einkommensbildung, sondern der Einkommensverwendung tätig zu sein.

In einer Eingabe der bernischen Wirtschaftsgenossenschaften an den Regierungsrat des Kantons Bern wurde beispielsweise ausgeführt:

«Eine Genossenschaft von Konsumenten ist nun der Natur der Sache nach gar nicht in der Lage, einen Profit zu machen, einen Gewinn zu erzielen, einen Erwerb zu haben; denn indem man kauft und verbraucht, kann man nicht erwerben. Erwerb und Verbrauch sind Begriffe, die einander ausschliessen. Der Verbrauch setzt den Erwerb voraus, der Konsum die Produktion, aber niemals kann der Verbrauch ein Mittel sein, um zu einem Gewinn oder einem Erwerb zu gelangen. Der Konsum kann immer nur dem Erwerb nachfolgen. Es ist daher eine logische und faktische Unmöglichkeit, dass eine Käufergenossenschaft eben dadurch, dass sie kauft und die gekauften Waren verzehrt, etwas erwerben kann, einen Profit zu erlangen vermag...

Erwerben, gewinnen kann niemand im Verkehr mit sich selbst, sondern nur in dem mit andern durch den Verkauf an Dritte³.»

Müller bezeichnete die Konsumgenossenschaft als «Gemeinwirtschaft, die kein Geschäft führt, sondern eine Haushaltung hat⁴».

Demgegenüber bestreitet der Detailhandel, dass die Konsumgenossenschaften als gemeinschaftliche Haushaltungen und nur im Bereiche der Einkommensverwendung arbeiten. Indem sie die Warenvermittlung übernehmen und sogar auf die Warenproduktion übergreifen, überschreiten sie angeblich den Rahmen der Verbrauchswirtschaft und betätigen sich in der Erwerbswirtschaft.

Der Begriff «Haushalt» ist in dieser Diskussion allerdings nicht eindeutig bestimmt. Die Vertreter der Genossenschaften denken offensichtlich an einen Familienhaushalt, in dem zur Selbstversorgung gewisse produktive Funktionen erfüllt werden, die man grundsätzlich auch von erwerbenden Dritten versehen lassen könnte. Es ist unter diesen Umständen nicht einzusehen, warum nicht auch die Genossenschaften produktive Funktionen übernehmen dürfen, ohne ihren Charakter als ge-

³ Hans Müller, Memorial betreffend die Besteuerung der Wirtschaftsgenossenschaften, dem Regierungsrat des Kantons Bern überreicht von den Bernischen Wirtschaftsgenossenschaften, Bern 1899, S.8/9.

⁴ Vgl. Müller, «Memorial Bern», a. a. O., S. 17; Hans Müller, I. Rekurs des Konsumvereins Baden an das Hohe Bundesgericht, 1897, S.52–54.

meinsame Haushalte zu verlieren. Nach dem *Erwerbsbegriff der Genossenschaften* stellt eine produktive Tätigkeit Erwerb nämlich nur dar, wenn die Produkte zur Deckung des Bedarfs Dritter dienen, die den Produzenten dem Wert der Produkte entsprechend bezahlen. Nicht nach dem Erwerbsprinzip geht aber derjenige Produzent vor, der für den eigenen Bedarf produziert – der Selbstversorger. Das Gegenstück zum Erwerbsbetrieb ist demnach der Selbstversorgungsbetrieb oder der «Haushalt» in dem von den Genossenschaften oft verwendeten Sinne⁵.

Mit vollem Recht unterscheiden die Genossenschaften zwischen dem erwerbswirtschaftlichen Produzenten und dem Selbstversorger. Am schärfsten lässt sich dieser fundamentale gesellschaftliche und ökonomische Unterschied in der Sprache von Marx formulieren: der erwerbswirtschaftliche Produzent stellt Tauschwerte her, der Selbstversorger Gebrauchswerte, das Produkt der erwerbswirtschaftlichen Produzenten stellt eine «Ware» dar, welche die doppelte Metamorphose Ware–Geld–Ware durchmacht, während die Produkte des Selbstversorgers «Güter» bleiben und keinem solchen Prozess unterliegen. In der Sprache der liberalen Theorie gesagt: der erwerbswirtschaftliche Produzent stellt für den Markt her, der sich zwischen Produktion und Konsum einschaltet, diese einerseits voneinander trennt und einander entfremdet, sie aber anderseits wieder zu koordinieren hat, während bei der Selbstversorgung Produktion und Konsum eng miteinander verbunden bleiben und keiner koordinierenden Stelle bedürfen. Auf die Selbstversorgungswirtschaft angewendet, sind die Begriffe Erwerb und Erwerbswirtschaft sinnlos, auf die Produktion für den Markt bezogen, bezeichnen sie aber die Tatsache, dass nicht mehr mit dem unmittelbaren Ziel der Versorgung produziert wird, sondern dem unmittelbaren Ziel des Gelderwerbs.

Wenn sich die Genossenschaften oft als gemeinsame Haushalte bezeichnen, so behaupten sie damit, solche Selbstversorgungsbetriebe darzustellen, die nur Gebrauchswerte und nicht Tauschwerte produzieren. Aus verschiedenen Gründen bilden jedoch die Konsumgenossenschaften in ihrer heutigen Form keine solchen Selbstversorgungsbetriebe.

1. Die Konsumgenossenschaften verbinden Produktion und Verbrauch im allgemeinen nicht so eng wie eine Selbstversorgungsgemeinde, da das Mitglied einer Konsumgenossenschaft sich mit dem Geld, mit dem es die Leistungen der Genossenschaft zu bezahlen hat, auch anderswo versorgen kann. Der Einkauf in der Genossenschaft *braucht* für das Mitglied

⁵ Vgl. *Hans Ritschl*, Die Besteuerung der Genossenschaften, Gutachten 1954, S.27; *Gerhard Weisser*, Die Heranziehung der Genossenschaften zu Gewinnsteuern, in «Finanzarchiv», N.F., Bd.13 (1951/52), S.660, S.663 und S.670; *Müller*, «Rekurs», a.a.O., S. 53 ff.

nichts anderes als der Einkauf im erwerbswirtschaftlichen Detailgeschäft zu bedeuten; vom Standpunkt des Mitgliedes aus gesehen, bieten die Konsumgenossenschaften auf dem offenen Markte an.

2. Die Genossenschaften behaupten immer wieder, sie wirtschafteten im Auftrage ihrer Mitglieder. Demgegenüber ist aber zu betonen, dass der «stillschweigende Auftrag» der Mitglieder an ihre Genossenschaft anders lautet als der «Auftrag» an eine Selbstversorgungsgemeinschaft. Die Mitglieder beauftragen ihre Konsumgenossenschaft nicht, dieses oder jenes Gütersortiment bereitzustellen, das sie der Genossenschaft in jedem Falle auch abnehmen werden. Sie beauftragen diese bloss, Konkurrenzbetriebe zu den privatwirtschaftlichen Betrieben zu eröffnen, behalten sich aber vor, die Einrichtungen ihrer Genossenschaft zu benützen oder nicht, je nach den angebotenen Leistungen. Anders als gegenüber dem Selbstversorgungsbetrieb führt der «Auftrag» des Mitgliedes an die Konsumgenossenschaft zu keiner *Verpflichtung* des Mitgliedes.

3. Infolgedessen kann die Konsumgenossenschaft nicht unbedingt mit einem sichern Absatz ihrer Produkte rechnen. Wie der erwerbswirtschaftliche Betrieb weiss sie nicht im voraus, was und wieviel sie anzubieten hat, sondern sie muss sich wie dieser auf den Markt- und Preismechanismus verlassen. Wohl kennt die Genossenschaft die Zahl ihrer Mitglieder besser als der Detaillist die Zahl seiner Kunden, aber sie weiss trotzdem nicht, wieviel diese Mitglieder ihr abnehmen werden. Produktion und Verbrauch fallen auch für die Mitglieder der Konsumgenossenschaften auseinander, so dass auch diese des Marktes als koordinierender Stelle bedürfen. In der Selbstversorgungswirtschaft kommt der Produktionsauftrag an die Produktionsbetriebe direkt vom Verbraucher des Produktes, während auch in der Konsumgenossenschaft der Verbraucher die Produktion nicht direkt lenkt, sondern gleich wie die Angebote erwerbswirtschaftlicher Unternehmungen indirekt auf dem Umweg über den Markt. Das Dazwischentreten des Marktes bewirkt, dass die Konsumgenossenschaften Tauschwerte und nicht Gebrauchswerte, Waren und nicht Güter produzieren. Deshalb kann eine Konsumgenossenschaft nicht als Selbstversorgungsgemeinschaft bezeichnet werden.

Allerdings bemühen sich viele Genossenschaften, dem Ideal solcher Gemeinschaften möglichst nahe zu kommen. Sie beschränken deshalb ihre Warenabgabe, soweit dies praktisch überhaupt möglich ist, auf ihre Mitglieder. Besonders aber versuchen sie, mittels vorzüglicher wirtschaftlicher Leistungen und mit Hilfe der genossenschaftlichen Erziehungsarbeit zwischen ihnen und ihren Mitgliedern ein so enges Vertrauensverhältnis zu schaffen, dass sich das Mitglied verpflichtet und bewogen fühlt, sich der Selbstversorgungsinstitutionen der Genossenschaft auch wirklich zu

bedienen und zwischen dem offenen Markt und dem «eigenen Laden» verstandesmässig wie auch gefühlsmässig zu unterscheiden⁶.

Wäre diesen Bemühungen ein wirklicher Erfolg beschieden – bis heute ist dies mindestens den grössern städtischen Konsumgenossenschaften noch nicht genügend gelungen –, so könnte man die Konsumgenossenschaften als wirkliche Selbstversorgungsgemeinschaften in einem übertragenen Sinne ansehen. Der stillschweigende Auftrag der Mitglieder an die Genossenschaft lautete dann nicht bloss, Betriebe zu führen, sondern ihre Versorgung mit einem bestimmten Gütersortiment zu übernehmen, und die Genossenschaften könnten mit einem festen und sichern Absatz rechnen. Genossenschaft und Mitgliedschaft bildeten dann eine Einheit. Die marktwirtschaftlichen Formen des Verkehrs zwischen Mitglied und Genossenschaft blieben in diesem Falle zwar äusserlich bestehen, da sie durch die marktwirtschaftliche Umwelt bedingt sind und auch dem infolge der Grösse vieler Genossenschaften notgedrungen komplizierten Verrechnungsverkehr zwischen Mitglied und Genossenschaft dienen müssten. Diese Äusserlichkeiten könnten aber den Charakter der Genossenschaft als Selbstversorgungsgemeinschaft ebenso wenig berühren wie die rechtliche Selbständigkeit der Genossenschaft oder die Regelmässigkeit ihrer Warenvermittlung dies vermöchten⁷. Solange jedoch die Genossenschaften mit erwerbswirtschaftlichen Unternehmungen um die Einkaufskraft ihrer Mitglieder konkurrieren müssen, stehen sie mit diesen in wirtschaftlichem Wettbewerb. Sie müssen deshalb auch der Gesetzgebung, welche diesen Wettbewerb ordnet, gleich wie ihre Konkurrenten unterstellt werden.

3. Die Konsumgenossenschaften als versorgungswirtschaftliche Unternehmungen – Die genossenschaftliche Rückvergütung

Auch wenn die Genossenschaften keine Selbstversorgungsgemeinschaften darstellen, können sie mit diesen *den* Charakterzug gemeinsam haben, nicht mit dem unmittelbaren Ziel des Gelderwerbs zu arbeiten, sondern die bestmögliche Versorgung ihrer Mitglieder direkt anzustreben. Sie mögen, wenn nicht als Selbstversorgungsgemeinschaften, so doch als *Versorgungswirtschaften* anzusprechen sein und sich von den Erwerbswirtschaften darin unterscheiden, dass sie nicht nach dem Erwerbsprinzip, sondern nach dem *Versorgungsprinzip* handeln.

⁶ Vgl. EPK, «Lebensmittelkleinhandel» (3. Heft), a. a. O., S. 46; Charles-Henry Barbier Frau und Genossenschaft, SKV «Kleine Schriften», Nr. 27, 1955.

⁷ Vgl. Schweizerischer Genossenschaftsbund, Protokoll 1899 (Referat Hans Müller), S. 28.

Die reine Theorie der Marktwirtschaft zeigt, wie beim Bestehen vollkommener und freier Konkurrenz auf allen Märkten das Erwerbsstreben zu optimaler Versorgung der Haushalte führt. In diesem Modell sind Versorgungsbetriebe überflüssig, wenn bloss alle Produktions- und Handelsbetriebe nach möglichst grossem Gelderwerb streben.

In der heutigen Wirtschaft indessen ist das Modell der vollkommenen und freien Konkurrenz nur in Ausnahmefällen verwirklicht. Insbesondere auf dem Markt des Detailhandels mit Lebensmitteln besteht eine ganze Zahl von Unvollkommenheiten, es sei an die unvollkommene Marktübersicht und an die vielen ausserökonomischen Präferenzen der Konsumenten erinnert, an Standortsunterschiede der verschiedenen Detailverkaufsstellen oder an die ungleichen Dienstleistungen, welche diese mit der Warenabgabe verbinden. Diese Marktunvollkommenheiten spalten den Markt des Detailhandels in eine Unzahl von Teilmärkten auf, auf denen einzelne Detailläden über monopolistische Positionen verfügen.

Aber auch aus einem andern Grund gewährleistet der Detailhandel nicht automatisch eine optimale Versorgung, wie die reine Theorie der Marktwirtschaft sie erwartet: der Krämer stellte nie den Typ des Unternehmers dar, von dem die Theorie annimmt, er sei in seinem Streben nach dynamischen Gewinnen stets auf der Suche nach neuen produktiven Kombinationen, nach bessern Produktionsmethoden und neuen Produkten. Dieses Gewinnstreben sichert nach der Theorie den wirtschaftlichen Fortschritt, da die dynamischen Gewinne des Unternehmers, der eine Neuerung eingeführt hat, dessen Konkurrenten veranlassen, die neue Kombination nachzuahmen, was diese zeitweiligen Gewinne wieder zum Verschwinden bringt. So besteht im theoretischen Modell auf lange Sicht die *Tendenz*, dass über den Unternehmerlohn hinaus keine Gewinne erzielt werden und die Produktion dennoch auf die wirtschaftlichste Weise erfolgt, alle Betriebe also im Betriebsoptimum arbeiten. Gewinne werden nur kurzfristig erzielt und stellen die Belohnung für eine Sonderleistung dar.

Da im Detailhandel mit Lebensmitteln vor dem Eingreifen der Konsumvereine das dynamische Neuerungsstreben fehlte, wirkte sich die freie Konkurrenz hier nicht in ständigen Betriebsverbesserungen und Rationalisierungsmassnahmen aus. Sie führte vielmehr zu der bereits mehrfach erwähnten Übersetzung des Detaillistenstandes. Die neu diesen Beruf ergreifenden Detaillisten führten sich nicht durch eine Neuerung oder Betriebsverbesserung ein, sondern liessen solche Möglichkeiten meist ebenso ungenutzt wie die bisherigen Detaillisten. Sie konnten diesen Erwerb oft nur ergreifen, weil schon letztere zu überhöhten Kosten arbeiteten.

Das Einstürmen immer neuer Detaillisten in den Spezereihandel führte

nicht zu Preissenkungen, weil die Krämer dazu kostenmässig gar nicht in der Lage gewesen wären. Im Gegenteil, da diese Vermehrung der Detaillisten den Umsatz des einzelnen beeinträchtigte und deshalb seine Kosten erhöhte, tendierten die Preise eher zu steigen. Wo das nicht möglich war, suchten die bedrängten Krämer nicht selten durch unreelle Machenschaften, wie die Abgabe von Waren minderer Qualität oder zu falschem Mass und Gewicht, ihre bedrängte Lage zu verbessern. Anderen Detaillisten hingegen gelang es, die beschriebenen Marktunvollkommenheiten in einem Masse auszunützen, dass sie teilweise Monopolrenten «einzuheimsen» vermochten.

Die Leidtragenden dieser Situation waren, neben dem Detailhandel selbst, die Konsumenten, die sich in einer sehr schwachen Marktstellung befanden. Der Gedanke lag nahe, dass sie sich in Konsumvereinen organisierten und versuchten, die Versorgung mit Lebensmitteln auf neuer Grundlage vorzunehmen. Der Versuch, die Warenvermittlung durchzuführen, indem man nicht an die Versorgung, sondern an den Gelderwerb dachte, war nicht befriedigend gelungen. Die Konsumvereine suchten deshalb die Versorgung ihrer Mitglieder zu übernehmen, indem sie an die Versorgung und nicht an den Gelderwerb dachten – für viele Leute eine revolutionäre Idee.

Die Konsumvereine versuchten, folgende beiden Ziele, welche die Erwerbswirtschaft automatisch erreichen sollte, bewusst zu verfolgen:

1. eine möglichst weitgehende Rationalisierung der Warenvermittlung;
2. die Berechnung von Preisen, welche die Kosten decken, aber keine Gewinne entstehen lassen⁸.

⁸ Nur bei optimaler Ausbringung decken sich diese Prinzipien mit den beiden «Regeln», nach welchen im marktsozialistischen System die Regierungsagenturen arbeiten sollen. (Vgl. *Oskar Lange* und *Fred M. Taylor*, *On the Economic Theory of Socialism*, Minneapolis 1948, S.75/76.) Dagegen sind sie identisch mit dem Mackenrothschen «Versorgungsprinzip», welches fordert, die Preise gemeinwirtschaftlicher Unternehmungen sollten den durchschnittlichen totalen Kosten angeglichen werden. (Vgl. *Gerhard Mackenroth*, *Sozialistische Wirtschaftsverfassung*, in «Weltwirtschaftliches Archiv», Bd. 63, S.204.) Dieses Versorgungsprinzip sichert zwar keine optimale, sondern die maximale Versorgung, ist aber praktisch bedeutend leichter durchzuführen als die «Regeln», da es keine Grenzkostenrechnung erfordert. Bei degressiven Kosten sind die marktsozialistischen «Regeln» für nichtstaatliche Betriebe überhaupt nicht durchführbar, da sie zu Betriebsverlusten führen (vgl. *Abba P. Lerner*, *The Economics of Control*, New York 1946, S.177). Wenn die Beschäftigung des Betriebes von der optimalen nicht allzu sehr abweicht – und das sollten die Genossenschaften verhüten –, sichert das Kostendeckungsprinzip aber eine genügende Annäherung auch an die theoretisch optimale Versorgung. (Vgl. auch *Theo Loevenich*, *Das konsumgenossenschaftliche Marktverhalten als Gegenstand exakter Theorie*, in «Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen», Bd.2 (1952), S.114.)

Die Konsumvereine übernahmen damit eine schwere Aufgabe. Besonders die Forderung nach möglichst rationeller Warenvermittlung verlangt von ihnen ständige Selbstkritik und eine überaus grosse innere Dynamik, da ihnen der Stimulus dynamischer Gewinne nicht zur Verfügung steht und sie einzig von ihrem Pflichtbewusstsein und ihrem Ehrgeiz angespornt werden können. Besonders schwierig wird diese Aufgabe, wenn sie überdies mit den Prinzipien des «gerechten» Preises in Einklang gebracht werden soll, dagegen vermag unter Umständen die Konkurrenz durch andere gemeinwirtschaftliche oder durch privatwirtschaftliche Unternehmungen stimulierend zu wirken.

Zur Durchführung ihres zweiten Prinzips, der Versorgung der Bevölkerung ohne Gewinnerzielung, stehen den Genossenschaften zwei Wege offen:

1. die Berechnung von sogenannten *Nettopreisen*, d. h. von Preisen, welche die Selbstkosten eben decken; oder
2. die Berechnung von sogenannten *Tagespreisen*, d. h. den üblichen Marktpreisen, wobei ein Betriebsüberschuss entsteht, welcher den Mitgliedern nach Rechnungsabschluss jährlich als *Rückvergütung* nach Massgabe ihrer Warenbezüge in der Genossenschaft rückerstattet wird.

Die Genossenschaften wählten den zweiten Weg, einmal weil ihre Kostenkalkulation früher noch nicht genügend ausgebaut war, um die Nettopreise sicher zu berechnen, dann auch, weil die Rückvergütung ein sozial ausserordentlich bedeutungsvolles und wohltätiges Sparguthaben der Konsumenten darstellt.

Der Detailhandel versucht immer wieder, die Tatsache, dass die Genossenschaften diesen zweiten Weg gewählt haben, zu benützen, um ihren Charakter als Versorgungsbetriebe zu bestreiten, indem er die Rückvergütung als Erwerb bezeichnet und so die Genossenschaften den Erwerbsbetrieben gleichstellt. Aber auch wenn man sie als «Gewinn» bezeichnen will, vermag die Rückvergütung allein über die Leistungen eines Konsumvereins nichts Sicheres auszusagen. Die Verbesserung der Versorgung der Konsumenten, welche den Genossenschaften zu danken ist, ist genau die gleiche, ob sie den Konsumenten diese Vorteile in Form von direkten Preisermässigungen zukommen lassen oder in Form der Rückvergütung. Eine Genossenschaft kann jederzeit zum Prinzip der Nettopreise übergehen, ohne dass die Beteiligten, die Genossenschaft selbst wie auch die Käufer und Bezüger des «Gewinns», besser oder schlechter gestellt werden. Für einen Aktionär dagegen stellte es einen Verlust dar, wenn seine Gesellschaft ihre Verkaufspreise senkte, um jeden Geschäftsüberschuss zu vermeiden.

Die Anwendung des Rückvergütungssystems durch die Genossenschaften erfolgte aus Zweckmässigkeitsgründen und berührt ihr inneres Wesen nicht. Die Ähnlichkeit des Betriebsüberschusses einer Genossenschaft mit dem Gewinn einer Erwerbsgesellschaft ist bloss äusserlich und kann bloss oberflächliche Beurteiler zu Verwechslungen verleiten. Die Art der Ausschüttung dieser Überschüsse macht die Unterschiede auch nach aussen deutlich. Es wäre absurd, die Rückvergütung eines Konsumvereins, welche eine nachträgliche Berichtigung der Preise von Konsumgütern bedeutet, der Dividendenausschüttung einer Aktiengesellschaft, einem Kapitalertrag also, gleichzusetzen. Die Rückvergütung stellt keinen Gewinn, sondern die Korrektur eines vorläufig bewusst zu hoch berechneten Preises dar. Sie fördert ohne Zweifel den «gemeinen Nutzen», indem sie den Konsumenten ermöglicht, dringliche Bedürfnisse günstiger zu decken, als dies bei Ausschüttung des Betriebsüberschusses in anderer Form möglich wäre.

Man versucht aber nicht nur, jeden Betriebsüberschuss gleich welcher Form, sondern auch bewusste Preisermässigungen von Genossenschaften zur Vermeidung von Überschüssen als Gewinn, bzw. als verdeckte Gewinnausschüttung zu bezeichnen. Das kommt im oben dargestellten alten Erwerbsbegriff des Detailhandels wie auch in den modernen Versuchen, den «potentiellen Gewinn» der Genossenschaften zu besteuern, zum Ausdruck. Diese Terminologie stellt aber unseres Erachtens einen ebenso unstatthaften wie unzulänglichen Versuch dar, das Bestehen von Versorgungsbetrieben wegzudefinieren. Die Realität, dass neben den Erwerbsunternehmungen auch solche Unternehmungen bestehen, welche ohne den Umweg über das Erwerbsstreben versuchen, die bestmögliche Versorgung zu sichern, kann durch keine terminologischen Kniffe wegdisputiert werden – und die Wirtschafts- und Finanzpolitik hat mit dieser Realität zu rechnen!

Den Genossenschaften fällt zweifellos das Verdienst zu, den «schlummernden» Kleinhandel mit Lebensmitteln, dessen sich kapitalistische Unternehmer nicht oder nicht genügend annehmen wollten, aus seiner Ruhe aufgestört zu haben, indem sie dem hier versagenden Erwerbsprinzip das geschilderte Versorgungsprinzip entgegensetzten. Die Genossenschaften dürfen den Erfolg für sich buchen, den Detailhandel zu Rationalisierungsmassnahmen gezwungen und manche Marktunvollkommenheiten unwirksam gemacht zu haben. Sie erfüllten diese Aufgaben in den letzten Jahrzehnten im Wettstreit mit einer kapitalistischen Unternehmung, die dem kapitalistischen Erwerbsgeist neuerdings abgeschworen hat und sich heute ebenfalls zum Versorgungsprinzip bekennt.

Dem heutigen Detailhandel sind also ganz bedeutende versorgungs-

wirtschaftlich orientierte Unternehmungen eingelagert. Sie haben den erwerbswirtschaftlichen Detailhandel zu einem Verhalten gezwungen, das dem Verhalten, das die marktwirtschaftliche Theorie erwartet, nahekommt und sich von demjenigen der versorgungspolitischen Betriebe nicht mehr sehr unterscheidet. Der Detailhandel glaubt deshalb, auch wenn er die Bedeutung der Genossenschaften in der Vergangenheit etwa anerkennt, deren Notwendigkeit in der Gegenwart bestreiten zu können. Tatsächlich sind aber weder die Marktunvollkommenheiten im Detailhandel entscheidend geringer geworden, noch hat der mittelständische Detailhandel bewiesen, dass er innerlich dynamischer geworden ist und seine Rationalisierungsmassnahmen nicht viel mehr bloss auf bitteren äussern Zwang der Konkurrenz durch Grossunternehmungen zurückzuführen sind.

Die Genossenschaften haben heute nicht mehr bloss die Funktion, den *Detailhandel* zu überwachen. Auch bis weit ins Gebiet der *Produktion* hinein haben sie die Aufgabe erhalten, Unvollkommenheiten des Marktes zu beseitigen und als «Monopolbrecher⁹» zu wirken. Dies gilt besonders gegenüber den «Meinungsmonopolen» der Markenartikelfabrikanten, die mittels der «Preisbindung der zweiten Hand» den Detailhandel sehr weitgehend beeinflussen und den örtlichen Preiswettbewerb lahmlegen können. Hier ihre eigene Entscheidungsfreiheit zu bewahren durch die Führung einer *aktiven Preispolitik* und vor allem mittels der Aufnahme der Eigenproduktion zur Konkurrenzierung der Markenartikel, welche den Genossenschaften den Einfluss auf die Preisgestaltung zu schmälern drohen, ist heute eine sehr wichtige Aufgabe der Genossenschaften.

Wenn die Genossenschaften derart wichtige wirtschaftliche und soziale Funktionen erfüllt haben und noch immer erfüllen, ohne durch das Erwerbsstreben, wohl aber durch ihre Sorge für die bestmögliche Versorgung oder den «gemeinen Nutzen» vor allem der weniger bemittelten Bevölkerungskreise dazu veranlasst zu werden, so darf man sie wohl *versorgungswirtschaftliche* oder *gemeinnützige* Unternehmungen, im Gegensatz zu Erwerbsunternehmungen, nennen. Wir selbst ziehen den Ausdruck *versorgungswirtschaftlich* vor, weil er nicht den Verdacht erweckt, man wolle den Detailhandel als *gemeinschädlich* bezeichnen, und den Eindruck vermeidet, die Genossenschaften fühlten sich «gemeinnützig» im Sinne von wohlthätig oder charitativ. Aber es wäre falsch, wegen diesen Möglichkeiten eines Missverständnisses die Genossenschaften kurzweg ebenfalls als Erwerbsbetriebe zu bezeichnen.

⁹ Vgl. *Ritschl*, a.a.O., S.13; *Weisser*, a.a.O., S.654; *Hans Bayer*, Genossenschaftsbewegung und Wirtschaftsdynamik, in «Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen», Bd.2 (1952), S.249.

DIE BESTEUERUNG DER GENOSSENSCHAFTEN

Die Stellung der Genossenschaften innerhalb des Systems der Einkommens- und Ertragssteuern bildet seit Jahrzehnten den Gegenstand oft leidenschaftlicher Auseinandersetzungen. Obwohl echte Wirtschafts-genossenschaften überhaupt keine Gewinne erzielen *können*, haben fiskalische Erwägungen und Wettbewerbsinteressen dazu geführt, dass sie systemwidrig Gewinnsteuern unterworfen wurden. Die Abwehr der Genossenschaften gegen diese Behandlung wurde dadurch erschwert, dass ihre Unternehmungen äusserlich ähnlich aufgebaut sind wie Erwerbsunternehmungen, so dass bei oberflächlicher, auf innere Wesensmerkmale keine Rücksicht nehmender Beurteilung beispielsweise die genossenschaftliche Rückvergütung in falscher Analogie der Gewinnausschüttung von Erwerbsunternehmungen gleichgestellt werden konnte. Wir werden zu dieser Problematik der Besteuerung der Genossenschaften zunächst einige grundsätzliche Überlegungen anbringen und hernach auf die Situation der Genossenschaften in der gegenwärtigen steuerpolitischen Diskussion eingehen.

*1. Grundsätzliches zur Besteuerung der Genossenschaften**a) Die Steuerpflicht der Genossenschaften*

Von namhaften deutschen Wirtschaftswissenschaftlern wurde die Ansicht geäussert, die Genossenschaften seien von der Pflicht zur Bezahlung direkter Steuern überhaupt zu befreien, weil sie wohl rechtlich juristische Personen, ideell und wirtschaftlich aber Personenverbindungen darstellen, die steuerlich den Personengesellschaften gleichzustellen seien¹⁰.

Gewiss ist das heutige Steuerrecht, das alle juristischen Personen der Ertragssteuerpflicht unterwirft, während Personengesellschaften und Personenfirmen als solche steuerfrei bleiben, unbefriedigend. Die Frage der

¹⁰ Vgl. *Ritschl*, a. a. O., S. 21/22, und *Weisser*, a. a. O., S. 656 ff.

Steuerpflicht wirtschaftlicher Unternehmungen bedarf sicherlich einer grundsätzlichen Überprüfung. Eine generelle Steuerbefreiung der Genossenschaften von direkten Steuern überhaupt kann aber wohl nicht in Frage kommen, um so mehr als die Besteuerung der Genossenschaften, anders als bei den Aktiengesellschaften, in den meisten Fällen zu keiner wirtschaftlichen Doppelbesteuerung führt.

b) Gewinnsteuern und Genossenschaften

Wenn wir auch der Ansicht, die Genossenschaften seien für direkte Steuern überhaupt als nicht steuerpflichtig zu erklären, nicht beizustimmen vermögen, sind wir doch der Überzeugung, die Genossenschaften könnten von *Gewinnsteuern* nicht erfasst werden, weil und insofern sie gar keine Gewinne erzielen. Die Tatsache, dass die Genossenschaften ihre Betriebsüberschüsse den Warenbezüglern wieder zur Verfügung stellen und nicht wie der Detaillist als über das Arbeitsentgelt hinausgehenden Gewinn zurückbehalten oder wie die Aktiengesellschaften den Betriebsinhabern nach Massgabe ihrer Kapitalbeteiligung zukommen lassen, rechtfertigt eine systematische Scheidung der Genossenschaften von den Erwerbsunternehmungen und ihrer Betriebsüberschüsse von den Gewinnen solcher Institutionen. «Dem Genossenschaftsgedanken gemäss ist es nicht das Ziel einer Genossenschaft, das in ihr arbeitende Kapital möglichst hoch zu verzinsen und demgemäss möglichst hohe Gewinne zu erzielen, sondern die wirtschaftlichen Belange ihrer Mitglieder unmittelbar, d. h. naturaliter, zu fördern und die Funktionen der Mitgliederbetriebe durch zusätzliche Leistungen zu ergänzen. Vorteile, welche die Mitglieder durch die Genossenschaft erzielen, sind also keine Gewinne im erwerbswirtschaftlichen Sinne, sondern Erübrigungen oder Ersparnisse¹¹.»

Dass jene Teile des Überschusses eines genossenschaftlichen Betriebes, welche in der Form der *Rückvergütung*, als nachträgliche Preisberichtigung, den Benützern der genossenschaftlichen Einrichtungen zurückerstattet werden, keinen Gewinn der Genossenschaften darstellen, kann schlechterdings nicht bestritten werden. Sie stellen vielmehr Bestandteile des bereits versteuerten Einkommens der Genossenschafter dar, welche die Genossenschaften infolge vorsichtiger Preiskalkulationen und im Bestreben, den Mitgliedern die Bildung von Ersparnissen zu ermöglichen, in der Form erhöhter «vorläufiger Preise» erhoben haben und jetzt rückerstatten. Würden die Genossenschaften ihre Überschüsse nicht in Form der Rück-

¹¹ Heinz Paulick, Warenrückvergütung – ihr Wesen und ihre steuerliche Behandlung, Neuwied 1951, S. 17.

vergütung rückbezahlen, so wären diese Überschüsse zweifellos geringer als dies heute der Fall ist, da viele Mitglieder die «Tagespreise» der Genossenschaften nur im Hinblick auf die Rückvergütung zu zahlen bereit sind. Diese Überlegung zeigt, dass die Rückvergütung nicht nur eine grundsätzlich andere Art der *Verteilung* des Geschäftsüberschusses darstellt, sondern dass der Überschuss einer Genossenschaft auch in seiner *Entstehung* und in seinem Wesen vom Überschuss einer erwerbswirtschaftlichen Unternehmung verschieden ist.

Für die *Genossenschaften selbst* bedeutet die Rückvergütung keine *Verwendung* ihres Erlöses, sondern eine *Minderung* ihrer Einnahmen, eine nachträgliche Senkung ihrer Betriebsspanne. Die Preise, welche die Genossenschaft für ihre Leistungen erzielt, bedeuten für sie bloss vorläufige, zu berichtigende Einnahmen. Erst mit der Auszahlung der Rückerstattungen findet zwischen Genossenschaft und Mitglied die Schlussabrechnung über die gesamten Bezüge des Mitgliedes statt¹².

Man hat den Einwand erhoben, die Rückvergütung stelle eine Gewinnverteilung dar, da sie nicht genau den zuviel erhobenen Preisen entspreche, weil auf «gewisse Artikel wesentlich höhere, bei anderen ge-

¹² Vgl. auch I. Kapitel des dritten Teils dieser Arbeit, 3. Abschnitt. Aus der reichhaltigen Literatur über die Frage der Besteuerung der Rückvergütungen seien genannt: *Schweizerischer Genossenschaftsbund*, Jahresberichte 1899 und 1900, sowie Protokoll der Delegiertenversammlung 1898; *Hans Müller*, Rekurs des Konsumvereins Baden an das Hohe Bundesgericht, 1897; *Hans Müller*, Memorial betreffend die Besteuerung der Konsumvereine, dem Regierungsrat des Kantons Appenzell AR überreicht von den Appenzeller Konsumvereinen, 1897; *Hans Müller*, Der Staat und das Steuerrecht der Konsumgenossenschaften, Basel 1898; *Hans Müller*, Memorial betreffend die Besteuerung der Wirtschaftsgenossenschaften des Kantons Bern, Bern 1899; *Hans Müller*, Rekurs des Badener Konsumvereins an das Bundesgericht, 1899, im Jahresbericht des Genossenschaftsbundes 1899, S. 43; *Oskar Schär*, Richtlinien für die Besteuerung der Konsumvereine, Basel 1912, S. 16; *Oskar Schär*, Die verschiedenen Arten von Genossenschaften, Das Genossenschaftsrecht, Die Besteuerung der Genossenschaften, Basel 1925, S. 56; *Hans Handschin*, Die Besteuerung der Konsumgenossenschaften durch die Kantone, Maschinenschrift, ohne Jahr; *Hans Handschin*, Die Besteuerung der Genossenschaften, in «Aktuelle Fragen des Genossenschaftswesens», Basel 1946, S. 75; *Emil Howald*, Die direkte Besteuerung der Genossenschaften durch die Kantone und den Bund, Diss. Neuenburg 1925, S. 32; *Leo Lejeune*, Die Besteuerung der Rückvergütung der Konsumgenossenschaften, in «Genossenschaftliches Jahrbuch 1945», S. 44; *W. Reinhardt*, Gutachten über die Besteuerung der Genossenschaften, speziell der Konsumgenossenschaften (Vervielfältigung), 1947, S. 67–159; *Hans Ammann*, Die Frage der Bevorzugung der Konsumenten-Genossenschaften in der Besteuerung, Diss. Bern 1948, S. 49; *Heinz Paulick*, Warenrückvergütung, ihr Wesen und ihre steuerliche Behandlung, Neuwied a. Rh. 1951, S. 13–43, insbesondere S. 42; *Hans Ritschl*, Die Besteuerung der Genossenschaften, Gutachten, 1954, S. 19 und S. 49; *Max Weber*, Die Besteuerung der Genossenschaften, Gutachten, 1947 (Vervielfältigung), S. 12; *Rudolf Borkowsky*, Die Besteuerung der juristischen Personen, in «Wirtschaft und Recht» 1953, S. 175; *Expertenkommission für die Motion Piller*, Zum Problem der gleichmässigen Besteuerung der Erwerbsunternehmungen, herausgegeben vom Eidgenössischen Finanz- und Zolldepartement, Basel 1955, S. 72–88 und S. 134–142.

ringere Zuschläge einkalkuliert werden, als die Rückvergütungen ausmachen¹³». Diesem Argument ist entgegenzuhalten, dass die Rückvergütung bei dieser Kalkulationsmethode wenn nicht die einzelnen Artikelspannen, so doch die Betriebsspanne der Genossenschaft schmälert, so dass die Rückvergütung für die Genossenschaft ihren Charakter als Erlösminderung keineswegs einbüsst. Auch im privaten Detailhandel wird nicht gleichmässig kalkuliert – man mag dies bedauern oder begrüßen –, so dass die Betriebsspanne auch dort neben der Artikelspanne grosse Bedeutung besitzt¹⁴.

Für den *Genossenschaftler* dagegen bedeutet die Rückvergütung, insofern sie ihn gegenüber dem Kunden des privaten Detaillisten wirklich besserstellt, eine Einsparung am Kaufpreis und keinen Gewinn, sonst aber bloss eine im Laufe des Jahres auf bequeme Weise getätigte Sparrücklage, die ihm nun zurückbezahlt wird.

Schwieriger ist die Frage zu beantworten, ob jene Teile ihres Überschusses, welche die Genossenschaft zur Stärkung ihrer *Reserven* verwendet und nicht als Rückvergütung rückerstattet, als Gewinne der Genossenschaft zu bezeichnen sind. Eine solche Möglichkeit ist nicht von vornherein auszuschliessen, trotzdem ideell Genossenschaft und Mitgliedschaft eins sind und sich nicht aneinander bereichern können.

Da indessen die Genossenschaften demokratisch verwaltet werden, beruhen ihre Reserveeinlagen auf dem Willen ihrer Mitglieder. Es sind die Mitglieder, welche über die Verwendung des Überschusses entscheiden. Indem die Genossenschaft ihren ganzen Überschuss der Verfügung der

¹³ J. Hurlimann, Ungleiche steuerliche Belastung im Detailhandel, in «Wirtschaft und Recht», 1953, S. 69.

¹⁴ Zudem wurde auch die praktische Bedeutung dieses Arguments meist übertrieben, etwa mit dem Hinweis auf den Vegetarier, der auf Kosten des Abstinenten Gewinne erziele, wenn die Genossenschaft auf alkoholischen Getränken hohe, auf Fleischwaren tiefe Margen berechne, so dass die Genossenschaft in der Form der Rückvergütung steuerbare Gewinne ausschütte (vgl. *SGV*, «Kritische Betrachtungen», a.a.O., S. 21 und S. 44). Die im ganzen Detailhandel übliche ungleiche Kalkulation (z.B. die Verbilligung des Brotes auf Kosten der Patisserie) kann aus sozialen Gründen gerechtfertigt werden. Wo sie aus Konkurrenzerwägungen erfolgt, ist aber Vorsicht am Platz, da die einzelnen Warenpreise bei ungleicher Kalkulation nicht mehr die relativen Knappheitsverhältnisse wiedergeben und die Nachfrage also falsch lenken. Auch sollten der Konkurrenz ähnliche Preisausgleichsmöglichkeiten zur Verfügung stehen. Natürlich darf hier nichts «dramatisiert» werden, doch besteht Gefahr, dass das Rückvergütungssystem die Genossenschaften verleitet, bloss noch in globalen Grössen zu rechnen und ob der Betriebsspanne die einzelnen Artikelspannen zu vernachlässigen. Die Genossenschaft soll nicht nur keine Gewinne erzielen, sie soll auch dafür sorgen, dass die einzelnen Preise den wirtschaftlichen Fakten entsprechen; sie hat eine Erstarrung der Preisstruktur zu verhindern. Das ist der Sinn einer *aktiven Preispolitik*, die mit dem Rückvergütungssystem wohl in Widerspruch geraten kann – bei schwachen Genossenschaften mit ungenügender innerer Dynamik –, dies aber keinesfalls muss.

Gesamtheit der Mitgliedschaft unterstellt, zahlt sie virtuell den ganzen Überschuss als Rückvergütung aus, stellt also der ganze Überschuss einen Nichtgewinn dar¹⁵. Es ist nicht einzusehen, warum der Jahresüberschuss der Genossenschaft zu einem Gewinn werden soll, wenn die Mitglieder beschliessen, ihn nicht als Rückvergütung zu persönlichem Verbrauch zu beziehen, sondern ihn als soziales Kapital bei der Genossenschaft zu belassen, welche ihn im Interesse der Mitglieder zur Stärkung der Genossenschaft oder zu sozialen Zwecken (sozialer Wohnungsbau!) verwenden soll. Nicht jedes Kapital muss «erworben» worden sein, es kann auch aus Einsparungen der Genossenschafter stammen, gleichgültig ob es in persönliche Anteile der Mitglieder gestückt ist oder ob die Einsparungen der Mitglieder gar nicht erst individualisiert werden.

Gegen diese Argumentation lassen sich zwei Einwände erheben. Einmal mag behauptet werden, in den grossen Genossenschaften habe, trotz aller demokratischen Formen, die Verwaltung faktisch eine derartige Machtstellung errungen, dass die Mitglieder ihre Meinung nicht mehr adäquat auszudrücken vermögen. Die Gefahr, dass die Verwaltung übermächtig wird, besteht ja nicht nur in der Genossenschaftsdemokratie, sondern auch in der staatlichen Demokratie. Immerhin glauben wir, dass bei einer allgemeinen Unzufriedenheit der Mitglieder mit der Reservepolitik der Genossenschaft sich stets ein Wortführer findet, der dieser Stimmung Ausdruck verleiht und die Verwaltung zwingt, den Mitgliedern Gelegenheit zu einer Meinungsäusserung zu geben.

Ein anderer möglicher Einwand ist folgender: Die Zustimmung der Mitglieder zum Nichtauszahlen eines Teils des genossenschaftlichen Überschusses beruht auf einem Mehrheitsbeschluss. Eine Minderheit wird immer mit dieser Verwendung des Überschusses nicht einverstanden sein. Es lässt sich die Auffassung vertreten, die Genossenschaft und die Mehrheit gewännen an diesen Mitgliedern. Nicht das Kollektiv soll nach dieser Ansicht die Verfügungsmacht über die Verwendung des Überschusses besitzen, da es ja das Individuum, das Einzelmitglied sei, das mit jedem Einkauf sich durch ein «Zuviel» am Preis ein persönliches Guthaben geschaffen habe, über das es allein zu bestimmen habe. Sobald das Kollektiv über diese Guthaben verfügt, bereichere es sich am Individuum und mache einen Gewinn, der zu versteuern sei¹⁶.

Diese individualistische Auffassung wird aber dem Wesen und der Idee der Genossenschaft nicht gerecht. Die Genossenschaft stellt eine Form der gemeinsamen Selbsthilfe dar, den freien Zusammenschluss von In-

¹⁵ Vgl. *Ritschl*, a. a. O., S. 38; *Paulick*, a. a. O., S. 17.

¹⁶ Vgl. *Ritschl*, a. a. O., S. 51.

dividuen zu einem Kollektiv, die einen Verzicht von einzelnen Individualrechten zugunsten der Gemeinschaft bedeutet. Wer einer Genossenschaft als Mitglied beitrifft und ihre Einrichtungen benützt, muss sich bewusst sein, dass er sich in gewissen Belangen freiwillig der Gemeinschaft unterordnet, gerade um individuelle Zielsetzungen besser zu erreichen. Aus dem Wesen der Genossenschaft beurteilt, ist also auch dieser zweite Einwand nicht stichhaltig. Auch der den Mitgliedern nicht rückvergütete Teil des Überschusses sollte deshalb als Nichtgewinn behandelt werden.

Immerhin lässt sich die Besteuerung der in die Reserven fließenden Erträge der Genossenschaften mit andern Überlegungen rechtfertigen. Man könnte z. B. die Reserveeinlagen, soweit sie gesetzlich vorgeschrieben sind oder zur Konsolidierung der Unternehmung, zu vernünftiger Krisenvorsorge und zur Selbstfinanzierung eines normalen Ausbaues der Unternehmung dienen, gar nicht mehr als echten Ertrag betrachten, sondern als eine Art auf längere Sicht betriebsnotwendiger Aufwendungen¹⁷. Wenn solche Aufwendungen bei Privatfirmen und Aktiengesellschaften der Besteuerung unterliegen, so ist es nicht mehr als gerecht und billig, dass dies auch bei Genossenschaften geschieht.

Im allgemeinen anerkennen die Genossenschaften heute ihre Steuerpflicht für nicht rückvergütete Erträge, schon weil es unmöglich wäre, in einer vorwiegend erwerbsorientierten Wirtschaft genügend Verständnis für das eigentliche Wesen der genossenschaftlichen Erträge zu finden, und weil steuerfreie Reserveeinlagen im wirtschaftlichen Wettbewerb tatsächlich ein Privileg bedeuteten, das den Genossenschaften die Konsolidierung und Erweiterung ihrer Unternehmung fiskalisch erleichterte. Es bedeutet für die Genossenschaften ein Opfer, die Äufnung von sozialem Kapital, die bei manchen Genossenschaftspionieren noch im Mittelpunkt der genossenschaftlichen Bestrebungen gestanden war, als Ansammlung von «Profiten» behandeln zu lassen. Die Genossenschaften müssen dieses Opfer aber bringen, um auch den Anschein einer steuerlichen Privilegierung zu vermeiden.

c) Die Frage der Wettbewerbsneutralität von Ertragssteuern

Den grundsätzlichen Erwägungen, mit denen die Genossenschaften ihre Forderung nach Steuerbefreiung mindestens der Rückvergütungen begründen, wird gelegentlich mit dem Einwand begegnet, damit würde die Wettbewerbsneutralität der Besteuerung gefährdet.

¹⁷ Vgl. *Borkowsky*, a.a.O., S.184. Auch die *Expertenkommission* (a.a.O., S.106) diskutiert solche Gedanken.

Gegenüber dieser Überlegung ist natürlich festzuhalten, dass die Höhe der Rückvergütung einer Genossenschaft eine so zufällige Grösse darstellt, dass eine Rückvergütungssteuer weder eine gerechte Besteuerung der Erträge noch eine gleichmässige Unkostenbelastung gewährleisten kann. Zu einer wettbewerbsneutralen Gestaltung der Steuern ist eine Rückvergütungssteuer wohl am wenigsten geeignet.

Zur Frage der Wettbewerbsneutralität von Einkommens- und Ertragssteuern, zu denen ja auch die Rückvergütungssteuern gezählt werden müssen, sind aber auch einige grundsätzliche Bemerkungen anzubringen. Diese Steuern können sinngemäss keine Kostensteuern darstellen. Sie wollen nicht den Betrieb belasten, *während* er den Ertrag erarbeitet, sondern den Gewinn erfassen, *nachdem* er erwirtschaftet ist.

Dies ist besonders offensichtlich bei der persönlichen Einkommenssteuer, welcher *der selbständige Detaillist* untersteht¹⁸. Es ist grundsätzlich verfehlt, seine Einkommenssteuer mit dem Umsatz seines Betriebes in Beziehung zu setzen, eine durchschnittliche steuerliche Unkostenbelastung zu errechnen und sie mit der Steuerbelastung der Umsätze der Konsumgenossenschaften zu vergleichen. Der Detaillist besitzt bei günstiger Marktlage tatsächlich das Privileg, seine persönliche Einkommenssteuer viel leichter überwälzen zu können als unselbständig Erwerbende. Eine solche Steuerabwälzung widerspricht jedoch dem Sinn der Einkommenssteuer, die nicht bloss die subjektive Leistungsfähigkeit nach dem Einkommen *bemisst*, sondern die auch daraus *bezahlt* werden soll. Nicht der *Betrieb* des Detaillisten soll von der Einkommenssteuer erfasst werden, sie ist *persönlich*. Wenn der Detaillist sie dennoch seinen Unkosten zurechnet und als solche in der Kalkulation berücksichtigt, dann stellt dies einen Versuch dar, seine persönliche Einkommenssteuer auf die Konsumenten zu überwälzen. Es ist gewiss nicht der Sinn der Besteuerung der Genossenschaften, die Detaillisten in diesem Unterfangen zu unterstützen, indem man die Genossenschaften so hoch besteuert, dass sie zu den gleichen steuerlichen Unkostenzuschlägen gezwungen sind und den Detaillisten durch ihre Konkurrenz die unerwünschte Steuerüberwälzung nicht mehr zu erschweren vermögen.

Gegenüber den *Ertragssteuern der Aktiengesellschaften* gelten grundsätzlich ähnliche Erwägungen. Diese Steuern werden nicht bloss auf dem Ertrag *erhoben*, sondern können und sollen auch aus dem Ertrag *bezahlt* werden. Zwar behandeln auch die Aktiengesellschaften die Ertragssteuern als Unkostenbelastung, versuchen sie also zu überwälzen. Sie handeln damit dem eigentlichen Sinn der Ertragssteuer zuwider. Sie sollten die Steuern

¹⁸ Vgl. *Ritschl*, a. a. O., S. 29, und *Expertenkommission*, a. a. O., S. 21 und S. 23.

grundsätzlich nicht als Unkosten in die Preiskalkulationen einbeziehen und dürften sich deshalb nicht über die «steuerliche Unkostenbelastung» beklagen und an den Steuergesetzgeber Forderungen zum Ausgleich dieser Unkostenbelastung stellen. Es wäre gewiss ein Zufall, wenn eine Steuer, welche Einkommen und Ertrag auf gerechte Weise erfassen will, gleichzeitig auch zu einer gleichmässigen Unkostenbelastung führte.

Über die Unkostenbelastung durch «Ertrags»-Steuern hätten sich am ehesten die *Konsumgenossenschaften* zu beklagen, stellt die Rückvergütungssteuer doch eine zwangsläufige, mit echten Erträgen in keinerlei Verbindung stehende Kostenbelastung dar. Wenn aber private Einzelfirmen oder Aktiengesellschaften die Ertragssteuern als Kostenbelastung behandeln, so tun sie das, um die Steuer zu überwälzen, um sich gegen den Sinn der Steuer einen Vorteil zu verschaffen. Sie dürfen nicht verlangen, dass der Steuergesetzgeber durch eine entsprechende Ausgestaltung der Tarife dieses Unterfangen erleichtert. Sonst müsste man die Ertragsbesteuerung aufgeben und offen und ehrlich zu einer Kostensteuer übergehen!

d) Die steuerliche Erfassung des «potentiellen Gewinns»

Neuerdings mehren sich die Forderungen, die Genossenschaften seien nach ihrer «wirtschaftlichen Potenz» zu besteuern¹⁹. Man beginnt sich auch in Kreisen, welche den Konsumgenossenschaften ablehnend gegenüberstehen, zur Erkenntnis durchzuringen, dass diese keine Gewinne erstreben. Aber, so folgert man, dies kann an ihrer steuerlichen Leistungsfähigkeit nichts ändern. Sie erzielen nicht bloss geringe «Gewinne», weil sie keine grösseren zu erarbeiten *vermögen*, sondern weil sie keinen grossen «Erwerb» erzielen *wollen*. Sie seien deshalb nicht nach dem tatsächlich erzielten Gewinn zu besteuern, sondern nach ihrem «potentiellen» Gewinn. Unter steuerlicher Leistungsfähigkeit versteht man dann meist den Gewinn, den eine Genossenschaft erzielen könnte, wenn sie erwerbswirtschaftlich handelte²⁰.

Eine derartige Bemessung der steuerlichen Leistungsfähigkeit der Genossenschaften wird diesen aber in keiner Weise gerecht. Die Leistungsfähigkeit der Genossenschaften bemisst sich *nicht* nach ihrem Gewinn, auch nicht nach ihrem potentiellen Gewinn, sondern nach ihrer Fähigkeit, ihren Mitgliedern zu dienen. Die Steuerbemessung nach dem «potentiellen Gewinn» läuft dem Wesen und der Idee der Genossenschaften

¹⁹ Vgl. Ernst Geyer, Zur Frage der Genossenschaftsbesteuerung, in «Wirtschaft und Recht», 1954, S. 12; *Expertenkommission*, a. a. O., S. 88 ff.

²⁰ Vgl. Ammann, a. a. O., S. 37/38; *Expertenkommission*, a. a. O., S. 122.

zuwider und zwingt sie in das Erwerbssystem hinein, das ihnen grundsätzlich fremd ist. Man gibt zu, dass die Genossenschaften nicht «gewinnstrebig» sind, weigert sich aber, daraus die einzig richtige Konsequenz zu ziehen, dass bei den Genossenschaften auch keine Gewinne zu besteuern sind, sondern bemüht sich, sie durch ein recht gewaltsames Verfahren ins Ertragssteuersystem «einzuordnen». Es stellt eine unbillige Behandlung dar, wenn man mittels einer gedanklichen Konstruktion die Genossenschaften mit Erwerbsbetrieben auf den gleichen Nenner bringt und sie «ertragssteuergerecht» macht. Nicht die wirtschaftliche Wirklichkeit ist dem bestehenden Steuersystem anzupassen, sondern das Steuersystem sollte den wirklichen wirtschaftlichen Gegebenheiten gerecht werden.

Übrigens ist es sehr fraglich, ob die konstruktive Berechnung eines «potentiellen Gewinns» zu den von den Anhängern dieser Idee gewünschten Ergebnissen führen würde. Als solcher «potentieller Gewinn» könnte, abgesehen von kurzfristigen, durch die Konkurrenz zu beseitigenden dynamischen Gewinnen, die aber nicht als Norm angenommen und besteuert werden können, höchstens eine angemessene Verzinsung des Eigenkapitals der Genossenschaften bezeichnet werden. Dies entspricht dem Gewinn, der bei vollkommener und freier Konkurrenz über die auch bei den Genossenschaften versteuerten Arbeits- und Leistungsentgelte hinaus erzielt werden kann. Jeder dauernd höhere Gewinn entspringt Marktunvollkommenheiten und monopolistischen Positionen und ist volkswirtschaftlich und sozial ungerechtfertigt. Es dürfte wohl kaum angehen, dass der Fiskus solche Monopolgewinne als Norm bezeichnet und Genossenschaften, welche durch ihr bedarfwirtschaftliches Marktverhalten entscheidend dazu beigetragen haben, dass monopolistische Gewinne im Detailhandel heute nur mehr schwer zu erzielen sind, nach einer Norm besteuert, welche ein solches monopolistisches Marktverhalten geradezu voraussetzt.

Zudem muss bezweifelt werden, ob es den Genossenschaften angesichts der heutigen Konkurrenzverhältnisse überhaupt möglich wäre, noch Gewinne über eine Verzinsung des Eigenkapitals und die betriebsnotwendigen Reserveeinlagen hinaus zu erzielen. Auch die Expertenkommission des Eidgenössischen Finanz- und Zolldepartementes hat zugeben müssen, dass den Rückvergütungen der Konsumgenossenschaften heute vorwiegend Kostencharakter zukommt und nicht das, was sie als «Gewinncharakter» bezeichnet²¹. Jedenfalls dürfte es den Steuerverwaltungen kaum möglich sein, den «potentiellen Gewinn» einer «Genossenschaft», die sich erwerbswirtschaftlich verhält und alle Marktunvollkommenhei-

²¹ Vgl. *Expertenkommission*, a.a.O., S. 79–87, S. 123 und S. 138.

ten ausnützt, zu ermitteln. Die Grösse des Umsatzes oder die Kapitalintensität eines Betriebes, ganz besonders des Detailhandels, sagen über dessen «potentiellen Gewinn» herzlich wenig aus. Erst einer eingehenden Kostenanalyse, zusammen mit einer genauen Marktanalyse, könnte es gelingen, den «potentiellen Gewinn» auch nur annähernd zu bestimmen. Dieser hängt keineswegs bloss von innerbetrieblichen Faktoren ab, sondern ebensosehr von äusseren Umständen, wie Absatzverhältnissen, Nachfrageelastizitäten, Marktformen usw. Die Steuerbehörde wäre zu bedauern, welche hier allen individuellen Verhältnissen gerecht werden müsste.

Auch wenn man die Genossenschaften erwerbswirtschaftlich umdeutet, ist also der «potentielle Gewinn», den man ihnen gerechterweise anrechnen darf, ein begrenzter. Grundsätzlich bedeutet es aber eine falsche Anwendung erwerbswirtschaftlicher Begriffe und Grundsätze auf die Genossenschaften, wenn auf dem Eigenkapital der Genossenschaften ein Sollertrag berechnet wird. Die von den Genossenschaftlern der Genossenschaft als Anteilschein«kapital» zur Verfügung gestellten und die von der Genossenschaft aus Betriebsüberschüssen zurückgestellten finanziellen Mittel stellen kein Erwerbskapital dar. Nur wer gänzlich im erwerbswirtschaftlichen Denken befangen ist, kann übersehen, dass Geld«kapital» auch anders als zur Schaffung von Mehrwert eingesetzt werden kann, nicht als Selbstzweck, sondern direkt als Werkzeug zur Befriedigung wirtschaftlicher Bedürfnisse. Daran ändert auch der Umstand nichts, dass solches «Kapital» mit einem kalkulatorischen Zins oder Verrechnungszins belastet wird, der nicht Einkommen schafft, sondern bloss Knappheitsverhältnisse wiedergibt.

Die Konstruktion eines «potentiellen Gewinns» einer Genossenschaft weist einen derart hypothetischen Charakter auf, dass man auf offen vorgebrachte Vorschläge dieser Art meist verzichtet²². Dafür sucht man die Steuerlasten der Genossenschaften auf andere Weise zu erhöhen, beispielsweise durch erhöhte Vermögens- oder Kapitalsteuern, durch Umsatzbelastungen, durch Lohnsummensteuern oder Wertzuwachssteuern. Natürlich entgeht man der Kritik, welcher die Konzeption des «potentiellen Gewinns» ausgesetzt ist, dadurch nicht. Tatsächlich stellen alle diese Steuern Sollgewinn-Steuern dar, welche, eingestandenermassen oder uneingestandenermassen, den «potentiellen Gewinn» belasten sollen, erhoben nach Merkmalen, welche weder den Gewinn noch den «potentiellen Gewinn» zu repräsentieren vermögen²³.

²² Vgl. *Expertenkommission*, a. a. O., S. 122.

²³ Die Genossenschaften haben den Charakter von Sondersteuern nach dem Umsatz als Sollgewinn-Steuern stets erkannt und solche Steuern scharf bekämpft. (Vgl. *Schär*,

Die Forderung einer *Besteuerung nach der Leistungsfähigkeit* klingt an sich sehr einleuchtend und mag deshalb in politischen Diskussionen auf grosses Verständnis stossen, doch besitzt sie nur beschränkten wissenschaftlichen Wert, solange sie nicht auf einer klaren Konzeption darüber beruht, was unter steuerlicher Leistungsfähigkeit verstanden werden soll und wie sie zu messen ist. Steuern können, wenn wir von solchen, die aus der Vermögenssubstanz zu zahlen sind, absehen, nur entweder aus dem Ertrag oder aus Kostenzuschlägen bezahlt werden. Eine steuerliche Leistungsfähigkeit kann deshalb entweder durch den Ertrag einer Unternehmung oder durch ihre Fähigkeit, steuerliche Unkostenzuschläge zu ertragen, begründet sein. Alle Versuche, die nicht gewinnstrebigen Unternehmungen durch die Ertragsbesteuerung zu erfassen, auch wenn sie keine Erträge erzielen, beruhen letztlich auf der Überzeugung, die steuerliche Leistungsfähigkeit werde nicht durch die Erträge *begründet*, sondern könne höchstens durch sie *bemessen* werden. Solange aber nicht eindeutig und klar feststeht, was die steuerliche Leistungsfähigkeit in diesem Fall wirklich ist, worauf sie beruht und wodurch sie begründet ist, muss diese wenig präzise Konzeption, als dem Interessenspiel und der Willkür zu weiten Raum lassend, abgelehnt werden. Die Auffassung, die steuerliche Leistungsfähigkeit beruhe nicht auf dem Ertrag, sondern auf der *Ertragsfähigkeit*, ist wenig eindeutig und zudem auf nicht gewinnstrebige Unternehmungen nicht anwendbar, will man die Prinzipien, nach denen sie arbeiten, nicht grundsätzlich diskriminieren.

e) Ersetzung von Gewinnsteuern durch Kostensteuern?

Die Bemessung der Steuerleistungen eines Betriebes nach seiner Fähigkeit, höhere steuerliche Unkostenzuschläge zu ertragen, kommt selbstverständlich nicht für Gewinnsteuern, sondern bloss für Kostensteuern, nicht für persönliche Steuern, sondern für Betriebssteuern, in Frage. Wenn eine solche Steuer erhoben wird, so verlangt die Steuergerechtigkeit, dass sie grundsätzlich bei *allen* Betrieben, auch denjenigen des mittelständischen Detailhandels, erhoben wird.

Die Bemessung einer Kostensteuer nach der Konkurrenzkraft, nach

Richtlinien, a. a. O., S. 28, und *Schär*, Besteuerung, a. a. O., S. 60.) Hingegen scheint man nicht erkannt zu haben, dass auch Vermögenssteuern solche Sollgewinn-Steuern darstellen. So schreibt *Schär*, gegen die Besteuerung des Reservefonds der Genossenschaft als Vermögen «wird ein einsichtiger Genossenschafter auch nie protestieren können» («Richtlinien», a. a. O., S. 13; vgl. auch *Ammann*, a. a. O., S. 57). Dagegen betonen *Ritschl* (a. a. O., S. 29 und S. 32) und *Borkowsky* (a. a. O., S. 180/181) das Wesen von Vermögenssteuern als Sollgewinn-Steuern. Vgl. demgegenüber den Vortrag von Fritz Neumark in *H. Tröger* und *F. Neumark*, Zur grossen Steuerreform, Hamburg 1953, S. 52.

der objektiven steuerlichen Leistungsfähigkeit eines Betriebes also, ist indessen nicht bloss eine Frage der Steuergerechtigkeit, sondern auch eine Frage der praktischen Möglichkeiten einer differenzierten, individuellen Verhältnissen gerecht werdenden Veranlagung. Eine so grobe Bemessung der Konkurrenzkraft, wie sie bei der Ausgleichsteuer durchgeführt wurde, kann im Namen einer Besteuerung nach der Leistungsfähigkeit nicht vertreten werden. Es wäre den Steuerbehörden wohl unmöglich, eine solche Steuer ohne Vornahme kostspieliger und zeitrauender Kosten- und Marktanalysen durchzuführen.

Neben diesen veranlagungstechnischen Schwierigkeiten stehen einer solchen Betriebssteuer aber vor allem wirtschaftspolitische Bedenken gegenüber. Sie brächte auf lange Sicht eine fiskalische Nivellierung der Wettbewerbskraft, die als unerwünscht bezeichnet werden muss, würde dadurch doch die Entwicklung zum Dienst am Kunden leistungsfähiger Betriebe zugunsten der Erhaltung weniger leistungsfähiger Konkurrenten beeinträchtigt. Der Anreiz, eine grosse Wirtschaftlichkeit zu erreichen, müsste leiden²⁴.

Aus diesen Gründen scheint uns eine Betriebssteuer nicht als eine nach der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit, d.h. nach der Konkurrenzkraft progressive Steuer möglich zu sein, sondern höchstens als proportionale Kostenbelastung. Der Gedanke einer solchen proportionalen Abgabe auf den Bruttoerlösen wäre an sich verlockend, da sie allen Problemen, welche die Ertragsbesteuerung der Genossenschaften aufwirft, aus dem Wege ginge.

Die Expertenkommission lehnt eine solche Steuer allerdings als fiskalisch zu wenig ergiebig ab²⁵. Sie stelle eine Objektsteuer dar, die nicht nach der subjektiven wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit, worunter der Ertrag verstanden wird, differenziert werden kann, weshalb deren Sätze tief gehalten werden müssten. Die Experten fordern von der Betriebssteuer damit etwas, was sie nicht leisten kann und nicht leisten will, nämlich eine gerechte Erfassung der Gewinne. Man muss aber zugeben, dass in einer gewinnstrebigen Wirtschaft eine Besteuerung, welche auf diese Gewinne keine Rücksicht nimmt, stossend wirkt. Dieser Einwand ist sowohl einer proportionalen wie einer progressiven Besteuerung der Bruttoeinnahmen entgegenzuhalten.

Eine proportionale Besteuerung der Betriebsumsätze ist infolgedessen höchstens einer Wirtschaft angemessen, die vorwiegend nichtgewinnstrebige Unternehmungen umfasst, seien dies nun Staatsbetriebe, Genos-

²⁴ Vgl. unsere Ausführungen über die Ausgleichsteuer im 2. Teil; sowie *Marbach*, «Ausgleichsteuer», a. a. O., S. 20.

²⁵ Vgl. *Expertenkommission*, a. a. O., S. 54/55.

senschaften oder Versorgungsbetriebe in anderer Rechtsform. Ein grundsätzlicher Umbau der Körperschaftssteuern in diesem Sinn ist deshalb heute undenkbar.

2. Die Stellung der Genossenschaften in der heutigen steuerpolitischen Diskussion

a) Die Besteuerung von Rückvergütungen und Reserveeinlagen

Die schweizerischen Konsumgenossenschaften haben sich mit der Besteuerung ihrer Reserveeinlagen abgefunden und verlangen lediglich eine Steuerbefreiung der Rückvergütungen und wenigstens eine loyale Art der Besteuerung ihrer in der Unternehmung verbleibenden Erträge²⁶.

Die Bemühungen, eine *Steuerbefreiung der Rückvergütungen* zu erreichen, waren bloss teilweise erfolgreich. Vollständig steuerfrei blieben die Rückvergütungen der Konsumgenossenschaften im Jahre 1954 bloss in den Kantonen Zürich, Baselstadt, Schaffhausen und Genf. Die Kantone Aargau und Neuenburg befreiten die Rückvergütung bis zu 8% von der Besteuerung, Solothurn bis 6 1/2%, Bern, Schwyz, Glarus, Baselland und St. Gallen bis 6%, die übrigen Kantone und der Bund bis 5%²⁷. Dies sind immerhin finanziell bedeutungsvolle Teilerfolge, doch geht es den Genossenschaften nicht allein um eine finanzielle Entlastung, sondern um die endliche Anerkennung des Wesens der Rückvergütung als solche. Die bloss teilweise Steuerbefreiung stellt keine derartige Anerkennung dar, sondern berücksichtigt bloss die Tatsache, dass andere Detailhandelsunternehmungen auf ihren Umsätzen Rabatte gewähren, welche einen echten Kostenfaktor darstellen. Der Fiskus gibt zu, dass die Genossenschaften häufig gezwungen sind, solche Preisrückzahlungen ebenfalls zu gewähren – oder die Preise tiefer anzusetzen –, so dass es nicht mehr angeht, diese Summen als Gewinn zu bezeichnen und zu behandeln. Die Rückvergütungen haben heute wirtschaftlich in der Tat weitgehend Kostencharakter angenommen. Das wird durch die Beobachtung bestätigt, dass die Genossenschaften die Rückvergütungssätze über längere Zeiträume möglichst stabil halten und die Mitglieder bei ihren Einkäufen

²⁶ Den Standpunkt, der ganze Überschuss der Genossenschaft stelle keinen Erwerb dar, hatte zuletzt noch *Hans Müller* in dem von ihm verfassten ersten «Rekurs des Konsumvereins Baden» (a. a. O., S. 26/27) vertreten. Bereits im zweiten Rekurs im Jahre 1899 liess Müller aber den in den Reservefonds fliessenden Teil des Überschusses als «Erwerb» der Genossenschaft gelten. Auch *Schär* anerkannte in den «Richtlinien» (a. a. O., S. 14) die Steuerpflicht für Einlagen in den Reservefonds ausdrücklich.

²⁷ Vgl. *VSK*, Die fiskalische Gleichbehandlung der Unternehmungen des Detailhandels (Vervielfältigung), 1954, S. 18.

fest mit der Rückvergütung rechnen. Auch die Genossenschaften selbst nehmen ihre Preisvergleiche mit der Konkurrenz auf der Basis von Nettopreisen vor. Die Expertenkommission hat diese gewandelte *wirtschaftliche* Bedeutung der Rückvergütung anerkannt, trotzdem formal der Rückvergütungssatz noch immer variabel und vom Rechnungsergebnis der Genossenschaft abhängig ist²⁸.

Allerdings zieht die heutige Steuerordnung aus dieser Erkenntnis nicht alle Konsequenzen. Folgerichtiger ist Ammann, der nicht die Besteuerung der Rückvergütungen, sondern der sogenannten «Genossenschaftsrente» vorschlägt²⁹. Er versteht darunter alle geldmässigen Vorteile, welche die Mitglieder durch ihren Einkauf in der Genossenschaft erzielen. Eine genaue Berechnung der Genossenschaftsrente ist natürlich unmöglich. Als Annäherung schlägt Ammann die Besteuerung desjenigen Teils der Rückvergütung, der einer üblichen Verzinsung des von den Genossenschaften benutzten Kapitals entspricht, als Gewinn vor. Auch die Expertenkommission macht einen ähnlichen Vorschlag³⁰. Diese Anregung stellt nichts anderes als die Besteuerung des «potentiellen» Gewinns der Genossenschaften dar, die wir bereits diskutiert haben.

Unter loyaler Besteuerung der Reserveeinlagen der Genossenschaften ist eine gewisse Rücksichtnahme auf wesentliche Besonderheiten der Genossenschaften gegenüber den Aktiengesellschaften durch Steuergesetzgeber und Steuerverwaltung zu verstehen. So wurde die Besteuerung ihres «Ertrages» mit der Progression, der das Einkommen natürlicher Personen unterliegt, oder progressiv mit der Ertragsintensität wie bei den Aktiengesellschaften, von den Genossenschaften immer als unloyal und ungerecht abgelehnt³¹. Die Besteuerung nach der Ertragsintensität bringt denjenigen Genossenschaften ungerechtfertigte Belastungen, welche infolge ihres Charakters als Personengemeinschaft mit unterdurchschnittlich kleinem «Kapital» arbeiten. Die Überbelastung ist besonders krass, wenn die Ertragsintensität einer Genossenschaft auf Grund ihrer Rückvergütung berechnet wird, die überhaupt keinen Ertrag darstellt, oder wenn die Genossenschaft ihren Kredit nicht durch viel Eigenkapital, sondern durch die persönliche Haftung ihrer Mitglieder sicherstellt. Aber auch ungeachtet der Besonderheiten der Vermögensstruktur vieler Genossenschaften ist die Bemessung ihrer Steuersätze nach der Ertrags-

²⁸ Vgl. Reinhardt, a. a. O., S. 113; *Expertenkommission*, a. a. O., S. 135.

²⁹ Vgl. Ammann, a. a. O., S. 57.

³⁰ Vgl. *Expertenkommission*, a. a. O., S. 141.

³¹ Vgl. *Schweizerischer Genossenschaftsbund*, Protokoll 1900, S. 55; Schär, «Besteuerung», a. a. O., S. 53; Handschin, «Besteuerung durch die Kantone», a. a. O., S. 15 und S. 18; Handschin, «Aktuelle Fragen», a. a. O., S. 86; Howald, a. a. O., S. 44; Ammann, a. a. O., S. 82/83; *Expertenkommission*, a. a. O., S. 65 und S. 105.

intensität grundsätzlich falsch. Da sich die Versorgungsbetriebe der Genossenschaften nicht die Verwertung eines Kapitals zum Ziele setzen, sagt die «Rentabilität» dieser Personenverbände über ihre Leistungsfähigkeit nichts Sicheres aus. Eine Besteuerung nach der «Rentabilität» muss also zu zufälligen und willkürlichen Ergebnissen führen.

Die Einwände der Genossenschaften gegen die Besteuerung nach der Ertragsintensität haben beim Bund und auch in einigen Kantonen Verständnis gefunden. So unterstehen sie unter der geltenden Wehrsteuerordnung des Bundes, im Gegensatz zu den Aktiengesellschaften, proportionalen Ertragssteuern.

b) Grundsätzliche Bemerkungen zu Steuervergleichen und zur Höhe der Steuertarife

Der Kampf um eine loyale Besteuerung der Genossenschaften geht aber auch um die Höhe der Steuertarife. Von genossenschaftsgegenerischer Seite wird oft mit Steuervergleichen zu beweisen versucht, dass die Genossenschaften unter der geltenden Steuerordnung privilegiert seien – die Steuersätze müssten erhöht werden, und eine Steuerbefreiung der Rückvergütung komme schon gar nicht in Frage!

Natürlich kann kein Steuervergleich die Berechtigung der genossenschaftlichen Rückvergütung nachweisen. Doch auch wo die Vergleiche der effektiven Steuerbelastung lediglich dazu dienen, eine Veränderung der *Steuersätze* zu begründen, sind sie oft als höchst fragwürdig anzusehen.

Die Fragestellung dieser Steuervergleiche ist meist falsch. Das Problem ist nicht, welche Unternehmungsform für den Fiskus die interessanteste ist, sondern es ist zu untersuchen, ob ein einmal gewähltes Besteuerungsprinzip (Unkostenbelastung, Besteuerung des Ertrages als Grundlage der subjektiven Leistungsfähigkeit) sinngemäss durchgeführt ist. Ein Steuersystem ist nicht dann weniger «gerecht», wenn es nicht zu denjenigen Belastungen führt, die man erwartet oder erhofft hat. Wenn eine Genossenschaft unter einem Ertragssteuersystem weniger Steuern zu bezahlen hat als eine Aktiengesellschaft, weil sie eben keine Erträge abwirft, so bildet das keinen Mangel des Steuersystems, sondern die Konsequenz eines sinngemäss durchgeführten Prinzips, die weder über seine Richtigkeit noch über seine Falschheit etwas aussagt. Ein Steuersystem ist nicht dann falsch, wenn uns dessen Ergebnisse nicht mehr behagen, sondern erst, wenn wir an diesem System immanente Denkfehler entdecken oder wenn die Voraussetzungen, auf denen es beruhte, nicht mehr verwirklicht sind. Entdeckt man solche Mängel, so ist es unrichtig, ihnen abzu-

helfen zu versuchen, indem man auf das bestehende Steuersystem Zusätze aufpfropft, die weder diesem System angepasst sind noch den Genossenschaften weniger Gewalt antun als die bisherige Ordnung, sondern ihnen lediglich diejenigen Belastungen bringen, die man gefühlsmässig als richtig und «gerecht» ansieht. Richtig ist in einem solchen Fall einzig, das Steuersystem auf neue Grundlagen zu stellen, welche die erkannten Mängel nicht aufweisen und in die sich die Genossenschaften zwanglos einfügen vermögen. Bei der Schaffung einer gerechten Steuerordnung darf man nicht von ungewissen Vorstellungen über ein «gerechtes» Verhältnis der effektiven Steuerbelastung der verschiedenen Steuerzahler ausgehen und hinterher Steuern konstruieren, welche diese Belastungen ungefähr verwirklichen, sondern man muss erst die Grundsätze einer gerechten Besteuerung ausarbeiten und diese konsequent durchführen.

Neben diesen prinzipiellen Einwänden lassen sich gegen viele Steuervergleiche noch weitere Bedenken mehr technischer Natur erheben: Die Steuerbelastung privater Detaillisten durch progressive Einkommenssteuern muss und soll ja eine andere sein als die Belastung der Genossenschaften durch eine proportionale Ertragssteuer und der Aktiengesellschaften durch eine progressive Gewinnsteuer. Ein Vergleich der Belastungen durch diese drei Steuerarten ist sinnlos; zudem lassen solche Vergleiche bei der Wahl der Kapital-, Ertrags- und Rentabilitätsverhältnisse der Willkür weiten Raum, so dass jeder Vergleich nach Belieben so konstruiert werden kann, dass er die gewünschten Ergebnisse zeigt. Ausserdem sind Unterschiede in der Veranlagungspraxis und der Steuerehrlichkeit der verglichenen Steuerzahler nur sehr schwer richtig zu berücksichtigen³².

Am ehesten lassen sich die Steuerleistungen einer Genossenschaft mit denjenigen einer Aktiengesellschaft vergleichen, unter der Voraussetzung, dass beide den gleichen proportionalen Ertragssteuersätzen unterstellt sind. In diesem Fall tendieren die Steuern der Genossenschaft *unter Umständen* dazu, niedriger zu sein, wenn diese keiner Besteuerung der Rückvergütung unterliegen, während die Dividendenausschüttungen der Aktiengesellschaften besteuert werden³³. Solange man an der Ertrags-

³² Vgl. *Expertenkommission*, a.a.O., S. 33 ff.; *Hans Munz*, Zahlen die Migros-Genossenschaften und die Konsumvereine zu wenig Steuern? Eine Untersuchung über die Steuerbelastung im privaten und genossenschaftlichen Detailhandel, Zürich, ohne Jahr, S. 35 ff.; *EPK*, «Lebensmittelkleinhandel» (4. Heft), a.a.O., S. 58; *VSK*, «Fiskalische Gleichbehandlung», a.a.O.

³³ Ein vom VSK sehr sorgfältig durchgeführter Steuervergleich (vgl. *VSK*, «Fiskalische Gleichbehandlung», a.a.O.) geht von den Steuern aus, welche die Genossenschaften heute, da die Rückvergütungen teilweise besteuert werden, zu bezahlen haben. Er versäumt aber, zu untersuchen, wie die relative Steuerbelastung nach einer Steuerbefreiung der Rückvergütung, wie sie vom VSK gefordert wird, aussähe.

besteuerung grundsätzlich festhält, wäre diese Minderbelastung der Genossenschaften aber innerlich gerechtfertigt.

Wenn man den Teil ihres Überschusses, den eine Genossenschaft zu ihren Reserven legt, als Erwerb besteuert und auch ihr Vermögen der Besteuerung unterstellt, liegt kein Grund vor, die Aktiengesellschaften und die Genossenschaften nicht zu den gleichen Sätzen zu besteuern. Geyer behauptet, die Genossenschaften seien in vielen Kantonen geringeren Steuersätzen unterstellt als vergleichbare Aktiengesellschaften³⁴. Eine solche Privilegierung wäre tatsächlich ungerechtfertigt, *wenn die Genossenschaften nicht einer Sondersteuer auf den Rückvergütungen unterlägen*. Wenn die Besteuerung der Rückvergütungen fällt, sind die Genossenschaften gewiss bereit, auf jede Besserstellung zu verzichten. Werden die Aktiengesellschaften progressiv besteuert, so wurde vorgeschlagen, der proportionale Satz für die Genossenschaften solle der durchschnittlichen Steuerbelastung der Aktiengesellschaften angeglichen werden³⁵. Dieser Vorschlag scheint durchaus plausibel zu sein, auch wenn zu prüfen wäre, ob nicht die durchschnittlichen Steuersätze der *in der gleichen Branche* tätigen Aktiengesellschaften als Richtsätze gewählt werden sollten.

c) Möglichkeiten praktischer Lösungen

Die Art, wie heute Steuervergleiche angestellt werden, zeigt, dass man von den heutigen Einkommens- und Ertragssteuern Ergebnisse erwartet, die nur Kostensteuern leisten können, ohne dass man sie durch Kostensteuern zu ersetzen geneigt ist: sie sollen zu gleichmässiger Unkostenbelastung der betroffenen Unternehmungen führen. Solange diese «Quasi-Kostensteuern» in der Form von Ertragssteuern erhoben werden, müssen die Genossenschaften grundsätzlich verlangen, dass diese Steuern ihren Charakter als Nichterwerbsunternehmungen respektieren und die Rückvergütungen frei lassen. Ausserdem sollten die Genossenschaften darauf bestehen, dass jeder Vergleich der Unkostenbelastung der Detaillisten durch ihre persönliche Einkommenssteuer mit der «Ertragssteuer» der Genossenschaften falsch und zu unterlassen ist.

Hingegen wird es, wie die Verhältnisse heute liegen, schwer sein, Vergleiche der Unkostenbelastung durch Ertragssteuern zwischen Genossenschaften und Aktiengesellschaften zu vermeiden. Die Ertragssteuern juristischer Personen werden nun einmal oft als Kostensteuern beurteilt, auch wenn dies theoretisch unrichtig ist, und man fordert, die Genossen-

³⁴ Erst eine Untersuchung der Rentabilitätsverhältnisse, von denen die tatsächliche Steuerbelastung ebenfalls abhängt, gäbe Geyers Studie (a. a. O., S. 4) Wirklichkeitswert.

³⁵ Vgl. Geyer, a. a. O., S. 2, S. 6 und S. 9.

schaften hätten auch unter einem Ertragssteuersystem die gleiche Unkostenbelastung zu tragen wie Aktiengesellschaften. Solange allerdings die Aktiengesellschaften selbst einer durchaus ungleichen steuerlichen Unkostenbelastung unterworfen sind, steht ein solcher Vorschlag auf schwachen Füßen.

Trotzdem scheint auf solchen Gedanken ein auf den ersten Blick plausibler Kompromissvorschlag zur Genossenschaftsbesteuerung zu beruhen. Wenn man heute auch noch weit davon entfernt ist, zu anerkennen, dass die Rückvergütungen einen Gewinn gar nicht darstellen *können*, sondern als Einnahmемinderungen anzusehen sind, so scheint doch mehr und mehr zugegeben zu werden, dass unter den heutigen Konkurrenzverhältnissen die Rückvergütung eher einen Kostenbestandteil darstellt als einen Gewinn. Man gibt damit zu, dass die Höhe der Rückvergütung die Leistungsfähigkeit der Genossenschaft nicht misst. Auf dieser Basis sollte, so glaubt man, eine Einigung möglich sein.

Insofern eine Aufhebung der Rückvergütungssteuern aber die Genossenschaften unkostenmässig gegenüber vergleichbaren Aktiengesellschaften bevorzugt³⁶, müsste dieser Steuerausfall auf andere, gerechtere, Weise ersetzt werden. Hier wird auf den Vorschlag der Expertenkommission zurückgegriffen, eine auf die Ertragssteuer anrechenbare subsidiäre Minimalsteuer zu schaffen, die nach dem Umsatz und dem Kapital erhoben werden und eine minimale Unkostenbelastung der Genossenschaften sichern soll³⁷. Uns scheint jedoch, eine derart bemessene Minimalsteuer sei als Ergänzung von Ertragssteuern ungeeignet und als systemwidrig abzulehnen. Die Steuersätze auf dem Umsatz, die Unkostenbelastung also, könnten wohl schwerlich zur eigentlichen Ertragssteuer in ein ausgewogenes Verhältnis gebracht werden, da einerseits gleiche Ertragssteuersätze in jedem Einzelfall ganz andere Unkostenbelastungen ergeben und andererseits einem gleichen Umsatz ganz verschiedene Erträge entsprechen können. Der Willkür und grossen Härten in Einzelfällen wären Tür und Tor geöffnet. Ausserdem hätte ein allfälliger Übergang zu Kostensteuern auf Grund einer klaren Gesamtkonzeption und nicht durch die Hintertür einer Minimalsteuer zu erfolgen.

An sich scheint uns allerdings der Gedanke einer die Rückvergütungssteuer ersetzenden subsidiären Minimalsteuer plausibel zu sein, vorausgesetzt sie werde nicht nur auf die Genossenschaften, sondern auf alle

³⁶ Ob eine solche Bevorzugung tatsächlich einträte, steht allerdings nicht fest und müsste nicht an Hand konstruierter Beispiele, sondern auf Grundlage der tatsächlichen Verhältnisse erst noch untersucht werden.

³⁷ Vgl. *Expertenkommission*, a. a. O., S. 143 ff.; *Studienkommission für eine Bundessteuer juristischer Personen*, Grundlagen und Entwurf für eine Bundessteuer juristischer Personen, herausgegeben vom Eidg. Finanz- und Zolldepartement, Basel 1956, S. 39/40.

Unternehmungsformen angewendet und füge sich ins System der Ertragssteuern harmonisch ein. Denkbar wäre beispielsweise eine Soll-Ertragssteuer, wie sie auch von Ammann angetönt wird, wenn er von einer Besteuerung desjenigen Teils der Rückvergütung spricht, der einer üblichen Verzinsung des von den Genossenschaften benützten Kapitals entspricht. Allerdings dürfte eine solche subsidiäre Soll-Ertragssteuer nicht als Rückvergütungssteuer aufgebaut werden.

Wir haben in unseren grundsätzlichen Erwägungen *gegen* eine solche Konstruktion eines potentiellen Gewinnes Stellung genommen. Sie widerspräche in der Tat dem Wesen der Genossenschaften grundlegend. Die Genossenschaften werden sich aber doch damit abfinden müssen, dass sie noch auf lange Zeit hinaus keine Aussicht haben, ihrer Eigenart entsprechend besteuert zu werden. Sie werden sich wohl nach wie vor einer eher erwerbswirtschaftlichen Unternehmungen angepassten Steuerordnung einfügen müssen. Unter diesen Voraussetzungen erscheint eine subsidiäre, auf alle Unternehmungsformen anzuwendende und die Rückvergütungssteuern ersetzende Soll-Ertragssteuer mit vernünftigen Soll-Ertrags-Ansätzen als tragbarer Kompromiss.

DETAILHANDEL UND «MITTELSTAND»³⁸

1. Die «Mittelstandsidee»

Der mittelständische Detailhandel beruft sich immer wieder auf soziologische und staatspolitische Gründe, welche seine Erhaltung angeblich erforderlich erscheinen lassen. Nach Ansicht seiner Vertreter stellt der Mittelstand das tragende Element unseres Staatswesens dar. Das Proletariat neige, vor allem als Folge seiner unbefriedigenden Erwerbsverhältnisse, extremen Lösungen der sozialen Frage auf dem Wege des Umsturzes zu, der unseren bürgerlichen Staat in seinen Grundlagen zu erschüttern drohe. Je mehr sich die Gesellschaft in eine Klasse der Proletarier und eine Kapitalistenklasse aufspalte, desto akuter sei die Gefahr sozialer Wirren. Solange sich aber, entgegen den Erwartungen von Marx, eine auch zahlenmässig noch bedeutsame Mittelklasse erhalten könne, sei die Möglichkeit, dass Klassengegensätze sich zu entzünden vermögen, bedeutend kleiner.

Diese Überlegungen sind zweifellos richtig. Die Existenz einer derartigen Mittelklasse ist für jeden Staat von entscheidender Bedeutung. Sowohl das Handwerk wie der private selbständige Detailhandel gehören dieser Mittelklasse an – aber nicht nur sie, sondern auch eine grosse Zahl unselbständig Erwerbender, so der grösste Teil der Angestelltenschaft und der Beamten, und heute auch der Arbeiterschaft. Das Gewerbe und der selbständige Detailhandel besitzen keineswegs das Privileg, allein diese Mittelklasse zu bilden und können heute auch nicht mehr als ihr tragendes Element bezeichnet werden. Wohl stellen sie im allgemeinen einen Teil dieser Mittelklasse dar, doch muss das nicht unbedingt so sein. Ein durch die Grosskonkurrenz in seiner Existenz bedrohtes, am Rande der Verzweiflung lebendes Gewerbe kann nicht mehr dieser staatserhaltenden Mittelklasse zugezählt werden, die wohl keine einheitliche Sozial-

³⁸ Zu den Ausführungen in diesem Kapitel vgl. vor allem *Fritz Marbach*, *Gewerkschaft-Mittelstand-Fronten*, Bern 1933, S.32–61; *Fritz Marbach*, *Theorie des Mittelstandes*, Bern 1942; *Fritz Marbach*, *Der schweizerische Lebensmittelhandel*, in «50 Jahre VHTL», Zürich 1954; *Alfred Gutersohn*, *Das Gewerbe in der freien Marktwirtschaft*, Bd. 1, *Das Wesen des Gewerbes und die Eigenart seiner Leistungen*, Zürich und St.Gallen 1954.

psychologie besitzt, sich aber doch als Folge eines befriedigenden Lebensstandards einen gewissen Konservativismus angeeignet hat oder mindestens gewaltsamen und revolutionären Veränderungen der Sozialordnung abgeneigt ist. Verliert das Gewerbe die einkommensmässige Grundlage zu einem solchen «Konservativismus» in diesem allerdings sehr weiten Sinne, so wird es zwar, gleich wie die Angestelltenschaft, in der Regel nicht der «proletarischen» Ideologie, wohl aber andern extremen Lösungen zuneigen und für die bestehende Gesellschaft und Staatsordnung einen gefährlichen Explosivstoff bilden. Man kann also sehr wohl aus staatspolitischen Gründen eine Politik der Erhaltung des selbständigen Detailhandels betreiben, aber nicht, weil durch dessen Vernichtung die staatserhaltende Schicht verschwände, sondern weil dadurch eine staatsgefährdende Schicht entstehen müsste.

Meist wird diese «staatserhaltende» Mittelklasse als «Mittelstand» bezeichnet. Diese Benennung ist insofern unbefriedigend, als die so heterogen zusammengesetzte Mittelklasse in keiner Weise einen «Stand» darstellt, will man dieser Bezeichnung ihren ursprünglichen Sinn nicht gänzlich rauben. Andererseits ist auch die Bezeichnung «Mittelklasse» nicht glücklich. Wenn man sich an die Definition von Marbach anlehnt, dann stellt unsere «Mittelklasse» wohl insofern eine «Klasse» dar, als man sie als eine «durch geistige und materielle Bedingtheiten der Sozialverfassung bestimmte Gruppe» ansehen kann, hingegen besteht sie keineswegs, wie Marbach für eine «Klasse» fordert, aus «schicksalsgemeinschaftlich verhafteten Menschen³⁹». Man wird deshalb die Bevölkerungsteile, welche man infolge ihrer konservativen Grundeinstellung gegenüber dem Staat «staatserhaltend» nennt, mit dem farblosen Begriff «Mittelschicht» benennen oder doch auf die übliche Terminologie zurückkommen und sie als «Mittelstand» bezeichnen müssen. Allerdings sollte man dann nicht verfehlen, darauf hinzuweisen, dass es sich dabei nur um einen «Mittelstand im weiteren Sinne» handelt, dem die Benennung «Stand» im Grunde nicht zukommt.

Das Wesensmerkmal dieses «Mittelstandes im weitern Sinne» bildet dessen allem Revolutionären abgeneigte und die Grundlagen unseres demokratischen Staates bejahende geistige Einstellung. Die Angehörigen dieses Mittelstandes beziehen meist ein die notwendigen Lebensbedürfnisse und auch wichtige kulturelle Bedürfnisse ausreichend deckendes Einkommen. Da dieses Einkommen zur Bildung der geistigen Merkmale dieses Mittelstandes wesentlich beiträgt, kann man es als sein zuverlässiges und nach aussen leicht erkennbares Kennzeichen betrachten.

³⁹ Vgl. Marbach, «Theorie», a. a. O., S. 128; sowie Gutersohn, «Das Gewerbe», a. a. O., S. 289–305.

Dies vermag aber nicht darüber hinwegzutäuschen, dass auch Schichten besonders der untern Angestelltenschaft, aber auch der Arbeiterschaft, dieser Mittelklasse angehören können, die nicht nur in marxistischer Sicht in ihrer Eigenschaft als abhängige Lohnverdiener, sondern auch einkommensmässig eher einem revolutionär eingestellten Proletariat angehören «sollten». Besonders auch die Chance des ökonomischen und gesellschaftlichen Aufstiegs, welche die Angestellten zum Teil noch besitzen, ist der Grund zu dieser geistigen Einstellung. Sie ist aber weniger zu erwarten von ehemaligen Angehörigen der mittleren Einkommensklassen, die ein hartes Schicksal in die Zonen der proletarischen Einkommen geworfen hat und die leicht von einer Erbitterung erfasst werden, welche ihre konservative Grundeinstellung zerstören muss. Dies ist besonders wahrscheinlich von gescheiterten selbständigen Existenzen des Handwerks und des Detailhandels, die nicht nur Arbeitsplatz und Einkommen, sondern auch ihr Kapital eingebüsst haben und deren Chance eines Wiederaufstiegs deshalb besonders klein zu sein scheint.

Den eigentlichen *Mittelstand* stellen auch heute noch vor allem das selbständige Handwerk und Gewerbe dar, dem sich auch der selbständige Detailhandel zugesellt hat, also die mit eigenem Kapital arbeitenden Werk-tätigen⁴⁰, der «gewerbliche Mittelstand».

Zwar stellen auch diese Gruppen keinen «Stand» im Sinne Marbachs mehr dar, wenn er diesen definiert als «eine Klasse, die sich nicht nur auf Grund von Differenzierungen durch die Sozialverfassung herausgebildet hat, sondern auf Grund staatsrechtlicher Bestimmungen auch Mitträger einer bestimmten Organisation der Gesellschaft ist⁴¹». Diese staatsrechtlichen Normen sind heute gefallen, doch stellen sie wenigstens eine historische Tatsache dar und wirken in einem auch heute noch immer teilweise lebendigen Standesbewusstsein weiter. Dieses Bewusstsein berechtigt uns noch, vom Handwerk und vom Gewerbe, wenn auch in einem weniger strengen Sinne als Marbach diesen Begriff definiert, als einem «Stande» zu sprechen. Die Angehörigen dieses Mittelstandes werden im allgemeinen auch der «Mittelschicht» angehören, doch muss dies nicht unbedingt der Fall sein. Der Mittelstand ist wohl im allgemeinen «staatserhaltend», schon sein historisch bedingtes Standesbewusstsein stellt ein konservatives Element dar, doch ist sehr wohl denkbar, dass ausserordentliche politische oder wirtschaftliche Erschütterungen diesen Stand aus seinen Geleisen zu werfen und in ein revolutionäres Fahrwasser zu treiben vermögen.

⁴⁰ Vgl. *Marbach*, «Gewerkschaft», a. a. O., S. 33.

⁴¹ Vgl. *Marbach*, «Theorie», a. a. O., S. 128.

In manchem Zusammenhang mag die Vermengung der Begriffe «gewerblicher Mittelstand» und «Mittelstand im weitern Sinne» ungefährlich sein, so etwa, wenn man die mittelständische Lebenshaltung und Einkommensverwendung bespricht. In unserer Untersuchung müssen die beiden Begriffe jedoch auseinandergehalten werden. Dann erkennt man auch, wie falsch es ist, wenn die Vertreter des gewerblichen Mittelstandes die staatspolitische Bedeutung der Mittelschichten der Bevölkerung (des Mittelstandes im weitern Sinne) allein dem gewerblichen Mittelstand zuschreiben und damit die Notwendigkeit seiner Erhaltung glauben bewiesen zu haben. Den gleichen Fehler, den Begriff «Mittelstand» einmal im weitern und einmal im engern Sinne zu verwenden, begeht auch die Gegenseite, wenn sie die Notwendigkeit der Erhaltung des mittelständischen Handwerks oder Detailhandels verneint mit der Begründung, auch wenn diese Erwerbsgruppen verschwänden, bestehe der «Mittelstand» weiter. Die Verwendung des Begriffs Mittelstand in einem doppelten Sinne verführt sie dazu, soziologische Eigenschaften des gewerblichen Mittelstandes auch dem Mittelstand im weitern Sinne zuzuschreiben.

Die These, es liege im Interesse des Staates, den gewerblichen Mittelstand zu schützen, da er *den* staatserhaltenden Volksteil darstelle, hatte solange eine gewisse Berechtigung, als der Mittelstand den «Kerntrupp» der staatserhaltenden Mittelschicht darstellte und die Arbeiterschaft, wenigstens in der Theorie ihrer Wortführer, noch revolutionär eingestellt war. Damals mochte die Erhaltung des selbständigen Handwerks und Detailhandels neben der Erhaltung des Bauerntums für den bestehenden Staat noch von grosser politischer Bedeutung gewesen sein.

Nachdem sich die Mittelschicht durch die gewaltige Vermehrung der Angestelltenschaft und durch den Verzicht grosser Teile der Arbeiterschaft auf ihre revolutionären Ziele sehr verbreitert hatte, musste die These vom staatserhaltenden gewerblichen Mittelstand, der dank seiner konservativen Geisteshaltung und seiner ausgleichenden Stellung zwischen «unten» und «oben» das politische und gesellschaftliche Gefüge aufrechterhalte, an Gewicht verlieren.

Aber nicht nur auf die Funktion des Mittelstandes als soziales Bindeglied wird Wert gelegt, sondern es wird vor allem auch die soziologische Bedeutung seines selbständigen Wirtschaftens betont, denn der Mittelstand kennzeichne sich nicht bloss durch sein Standesbewusstsein und seine konservative Grundeinstellung gegenüber dem bestehenden Staat, sondern auch, was damit zusammenhängt, durch seine selbständige Erwerbstätigkeit, durch den Eigenbesitz der bei seiner Arbeit verwendeten Produktionsmittel.

«Der einzelne freie Detaillist, der Spezereihändler hinter seinem Ladentisch, hat gegenüber seiner Gemeinde, seinem Kanton, ja dem ganzen Staatswesen eine andere Einstellung als der wirtschaftlich unselbständige und im Zusammenhang damit vielleicht auch gebundene Verkäufer eines Grossunternehmens. Die selbständig Erwerbenden sind selbst verantwortlich; sie sind unabhängig im wahrsten Sinne des Wortes; sie sind frei von jeglichen Bindungen. Sie bilden in politisch bewegten Zeiten einen ruhenden Pol, da sie ihre Betrachtungen zur Lage ohne Einflüsse von aussen für sich selber anstellen können und nicht andere für sich denken lassen müssen⁴²...

Sie bilden eine stabile Wirtschaftsgruppe, die, dank der bei ihnen herrschenden scharfen Trennung zwischen Wirtschaft und Politik, viel weniger politischen und damit auch krisenhaften Strömungen unterworfen ist... Aus diesen Überlegungen heraus erscheint es uns notwendig, dass der Detailhandel auch in Zukunft, neige das Stimmungsbarometer zuviel nach links oder auch nach rechts, in der schweizerischen Wirtschaft als ausgeglichene, unabhängige Mittelstandsgruppe eine wichtige Mission zu erfüllen hat, und es deshalb im ureigensten Interesse des heutigen Staates liegt, wenn vom Volke selber ein Gesetz gutgeheissen wird, das diesen Mittelstand fördert, ihm damit gewissermassen seine Existenzberechtigung für alle Zeiten bejaht⁴³...»

Die selbständige Erwerbstätigkeit stellt nach dieser Ansicht ein Stück Charaktererziehung dar, eine Pflege von Persönlichkeitswerten, die innerhalb der Massen der unselbständig Erwerbenden leicht verlorengehen können. Unserer schweizerischen Auffassung entspreche aber nicht die Massendemokratie, sondern eine Staatsform, die auf der Würde und Eigenverantwortlichkeit des Individuums aufbaut.

Auch von wissenschaftlicher Seite werden ähnliche Gedanken geäussert. Laut der *SGZ* vom 4. März 1950 formulierte *Prof. Dr. W. von Steiger* an der Delegiertenversammlung 1950 der «Schweizerischen Volksbank» dieses Argument folgendermassen:

«Aber es ist so, dass das Schicksal eines Volkes wesentlich davon abhängt, ob es eine genügend grosse und starke Schicht einigermaßen selbständiger und in eigener Verantwortung lebender Menschen aufweist. Diese ist vor allem dazu berufen, dem Volkskörper die nötige Elastizität zu bewahren und den Ausgleich zwischen den grossen, kollektiv organisierten Gruppen der modernen Gesellschaft herbeizuführen. Und nur wenn diese Schicht erhalten bleibt, kann ein immer weiteres Abgleiten des Menschen und seiner Leistung in die Masse, den Serientyp vermieden werden – das Problem unserer Zeit!»

Gutersohn schätzt die erzieherischen Kräfte, welche der selbständigen Erwerbstätigkeit innewohnen, sehr hoch ein. Der selbständige Erwerb biete einen der stärksten Anreize zu intensiver Arbeit und zu hochstehender Leistung; zudem verstärke er «das Gefühl für das Wesentliche», sei

⁴² Ein anderes Bild vom Detailhandel wird allerdings im Jahresbericht 1947 des *SDV* (S. 33) entworfen: «Vergessen wir nicht, wie zurückhaltend die meisten Detaillisten bei der Bekanntgabe ihrer wirtschaftspolitischen Meinung sind, weil sie glauben, durch eine neutrale Haltung der vielgestaltigen Zusammensetzung ihrer Kundschaft Rechnung tragen zu müssen. Mit Leuten aber, die in politischen Fragen ängstlich sind, kann man keine starke Partei aufbauen.»

⁴³ *Usego*, Jahresbericht 1945, S. 15.

geeignet zu lehren, «dass die Lebensansprüche des Einzelnen über eine bescheidene Bedarfsstufe hinaus, nicht schon in sich selbst ihre Rechtfertigung finden, sondern durch das eigene Schaffen verdient sein wollen». Der selbständige Erwerb sporne «fortgesetzt zu redlicher eigener Bemühung» an und verlange «die Bescheidung in den Begehren nach materieller Besserstellung». Er biete ausserdem sowohl «die grösste Gewähr für die Steigerung der Wohlfahrt als für die Harmonisierung der Gesellschaft». Einem «Mittelstand», welcher sich deutlich um den selbständigen Erwerb gruppiert, auch wenn er noch einige Schichten umfasst, welche den selbständigen Erwerb bloss ideell bejahen, schreibt Gutersohn in erhöhtem Mass «ein von Haus aus angewöhntes Gefühl für die Gebote des Gemeinwohls», sowie «Bereitschaft zur Verteidigung von Herd und Heimat», «geschärften Sinn für Wahrheit und richtiges Mass, Besonnenheit, Wissen um die innere Verknüpfung von Rechten und Verpflichtungen» zu⁴⁴.

Diese Argumente zugunsten der selbständigen Erwerbstätigkeit sind gewiss alle grösster Beachtung wert. Sie beziehen sich auf erzieherische Kräfte, welche in den selbständigen Berufen in der Tat wirksam sind. Aber es wäre unserer Meinung nach unrichtig, zu behaupten, solche Kräfte seien *nur* in den selbständigen Berufen wirksam und mit dem Untergang des selbständigen Erwerbs müssten notwendig auch die beschriebenen Tugenden verlorengehen. Auch in unselbständiger Erwerbstätigkeit können wertvolle Charaktereigenschaften entwickelt und das Verantwortungsbewusstsein erzogen werden, ist oft uneigennützigere Einsatzbereitschaft anzutreffen (sogar da, wo nicht unmittelbar klingende Belohnung in Aussicht steht), können der Blick für gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge geschult und das Gefühl für echte Solidarität und für freiwillige und freudige Unterordnung unter ein sinnvolles Ganzes geweckt werden. Über die erzieherischen Kräfte, welche in vielen «unselbständigen» Berufen wirksam sein können, liesse sich ein ebenso langer Katalog erstellen wie für die selbständige Erwerbstätigkeit. Hier wie dort wäre es aber ein Irrtum, zu glauben, die beschriebenen Charaktereigenschaften seien in den betreffenden Berufen eine Realität, sie sind höchstens eine Möglichkeit, vielleicht eine gesteigerte Möglichkeit, welche sich je nach den Charaktereigenschaften der betreffenden Personen und nach den äusseren Umständen realisieren werden oder nicht. Es ist unserer Meinung nach falsch, die selbständige Erwerbstätigkeit zu idealisieren und zu behaupten, die beschriebenen Tugenden seien dort Wirklichkeit, abgesehen vielleicht von Ausnahmefällen. Auch im selbständigen Erwerb

⁴⁴ Vgl. Gutersohn, «Freie Marktwirtschaft», a.a.O., S.206, S.208, S.219, S.308, S.302–305 und S.311.

sind Idealmenschen die Ausnahme und mit Fehlern und Mängeln behaftete Menschen die Regel. Und wenn in den selbständigen Berufen die menschlichen und die intellektuellen Qualitäten vielleicht (wir wissen nicht, ob es wirklich so ist) höher sind, so unserer Ansicht nach nicht deshalb, weil der selbständige Beruf diese Leute so erzogen hat, sondern weil sich oft nur solche Menschen in diesen Berufen behaupten können, welche diese Eigenschaften bereits besitzen.

Gewiss ist es dem selbständig Erwerbenden besser möglich, seine Persönlichkeit und seine Fähigkeiten zu entfalten als einem Arbeiter in einem «amerikanisierten» Massenbetrieb, der nur seelenlose Schablonenarbeit leistet. Aber eine unselbständige berufliche Stellung bedeutet noch nicht Vermassung. Sie bedeutet bei weitem nicht immer eine Behinderung in der Entfaltung der Persönlichkeit. Auch der selbständig Erwerbende sieht seinen «Entfaltungsmöglichkeiten» meist sehr enge und lästige Schranken gesetzt. Wir vermögen nicht einzusehen, was beispielsweise der Inhaber eines Usego-Ladens dem Verwalter eines kleinen ländlichen Konsumvereins oder einer Filialleiterin in einer grossen städtischen Konsumgenossenschaft in soziologischer Sicht voraushaben soll.

Es ist eben falsch, als Alternativen des gewerblichen Kleinbetriebes immer nur grossindustrielle Riesenunternehmungen, Proletariat und Vermassung zu sehen⁴⁵. (Dabei ist darauf hinzuweisen, dass auch eine industrielle Grossunternehmung so gegliedert und aufgebaut sein kann, dass dem Einzelnen ein weites Feld für seine persönliche Initiative bleibt.)

Wir sind mit den Vertretern der Mittelstands-idee der Ansicht, dass eine unbedingte Begünstigung des Grossbetriebes vor dem handwerklichen Kleinbetrieb falsch wäre. Der kleine Gewerbetreibende, der Handwerker und der Detaillist haben tatsächlich vielerorts zur Schaffung eines «eigentlichen Lokalkolorits» beigetragen und zeichnen sich tatsächlich oft «am meisten durch den Stempel der nationalen und regionalen Merkmale aus⁴⁶». Wo der Gewerbestand stark ist, besteht in der Tat eine wirk-same Barriere gegen die Vermassung – auch wenn diese Vermassung nicht unbedingt eintreten muss, wenn diese Bevölkerungsschichten verschwinden. Niemand wird die bestehende gesellschaftliche Gliederung böswillig zerstören wollen. Wenn die wirtschaftliche Entwicklung das selbständige Gewerbe verdrängt, so wird das gewiss eine bedauerliche Veränderung unserer gesellschaftlichen Struktur zur Folge haben, aber ganz und gar nicht einen so weitgehenden Niedergang unseres politischen

⁴⁵ Vgl. *Wilhelm Röpke*, Die Funktion des Klein- und Mittelbetriebes in der Volkswirtschaft, in «Handwerk und Kleinhandel in der modernen Volkswirtschaft», St. Gallen 1947, S. 35–39.

⁴⁶ Vgl. *Gutersohn*, «Freie Marktwirtschaft», a. a. O., S. 231 und S. 235.

und kulturellen Lebens, wie das die Vertreter der Mittelstandsidee wahrhaben wollen. Wenn Röpke «Qualität, Ehrlichkeit, Dauer, Noblesse, Mass und einfache Schönheit» als «das eigentliche Element des Kleinbetriebes» bezeichnet⁴⁷, so ist das oft (nicht immer!) richtig; aber es wäre sicher falsch, wollte man den Kleinbetrieb als das einzige und letzte Reservat dieser Eigenschaften ansehen.

Diese Überlegungen gelten ganz besonders auch im Hinblick auf eine eventuelle Verdrängung des mittelständischen Detailhandels durch den grossbetrieblichen Detailhandel und besonders durch die Konsumgenossenschaften.

Zur Frage, ob man den kleinbetrieblichen Detailhandel aus derartigen mittelstandspolitischen Erwägungen durch staatliche Eingriffe gegen seine Konkurrenz schützen soll (wo er schutzbedürftig, d. h. kostenunterlegen ist), sind folgende Überlegungen anzubringen:

1. Es hängt vom Reichtum der Volkswirtschaft ab, ob man sich eine solche Schutzpolitik überhaupt leisten kann. Besitzt ein Land wenig natürliche Hilfsquellen, so kann sich möglicherweise die Erhaltung des Kleinbetriebes aus ökonomischen Gründen verbieten. Man wird immer die ideellen Werte, die man erhalten will, mit den wirtschaftlichen Kosten vergleichen müssen. Wie dieser Vergleich ausfällt, ist sehr stark von der Weltanschauung des Urteilenden abhängig. Aber auch die Freunde des «Mittelstandes» werden sich über die Kosten einer Schutzpolitik Rechenschaft geben müssen.

2. Die Verdrängung des Detailhandels durch kapitalistische Grossbetriebe und seine Verdrängung durch Selbsthilfegenossenschaften, welche etwa entstehende Verluste an erzieherischen Kräften durch ihre genossenschaftlichen Erziehungsideale mit etwas Anderswertigem, aber gewiss nicht Minderwertigem, zu ersetzen suchen, dürfen einander nicht gleichgestellt werden. Gewiss ist ein Erfolg dieser genossenschaftlichen Erziehungsarbeit nicht gewiss, aber wenn die Genossenschaften nur soweit Expansionspolitik treiben, als sie ihre Fortschritte auch geistig und ideell zu konsolidieren vermögen, gewinnt die Vermehrung der genossenschaftlichen Detailhandelsbetriebe auch unter soziologischen Aspekten doch ein wesentlich freundlicheres Gesicht.

3. Eine allfällige künstliche Erhaltung der Kleinbetriebe des Detailhandels durch staatliche Interventionen müsste notwendig auch ihren soziologischen Wert beeinträchtigen. Eine «Selbständigkeit», die sich nur durch staatliche Intervention und auf Kosten einer optimalen Versorgung des Volksganzen erhalten lässt, erhält einen recht fragwürdigen

⁴⁷ Vgl. Röpke, a. a. O., S. 39.

Charakter. In Tat und Wahrheit ist ein solcher «Mittelstand» gar nicht mehr selbständig, sondern vom Staate abhängig, seine Existenz hängt von der Weiterführung der staatlichen Schutzpolitik ab, und er muss sich deshalb wohl auch Eingriffe in seine Betriebspolitik gefallen lassen. Diese Abhängigkeit, sowie das Bewusstsein, sich seinen Lebensunterhalt nur mit fremder Hilfe, dank einer «unsichtbaren Sozialfürsorge» des Staates, erarbeiten zu können, müsste jene «objektiv bedingten kollektiven Minderwertigkeitsgefühle» des Detaillistenstandes verstärken, von denen Marbach spricht und die als «psychologische Kompensation» zu einer «objektiv unbegründeten Egozentrik» führen⁴⁸. Diese Egozentrik könne auch als «gruppenkollektive Reaktion auf erfahrene Schädigung» durch die grossbetriebliche Konkurrenz, «die als wirtschaftliche Unbill aufgefasst wird», angesehen werden. Diese ganze psychologische Situation, die zu einem «überspitzten Standesbewusstsein» und zu «einer mimosenhaften Empfindlichkeit» des Detailhandels geführt habe, lässt den soziologischen Wert einer Schutzpolitik recht fragwürdig erscheinen. Wohl lässt sich dadurch der Detailhandel als solcher erhalten, doch ist keineswegs sicher, ob damit die soziologischen Werte, die man mit dieser Schutzpolitik retten will, nicht dennoch verlorengehen, soweit sie in Wirklichkeit überhaupt vorhanden waren. Das Bild des bedrohten und geschützten Detaillisten weicht vom selbstverantwortlichen, initiativen, risikofreudigen, politisch prinzipientreuen und unbestechlich denkenden Idealbild, wie es die Vertreter des Detailhandels zeichnen, merklich ab.

4. Das Idealbild des mittelständischen Erwerbstätigen, das die Mittelstandspolitiker so liebevoll ausmalen, hat gerade auf den Detailhandel nur ausnahmsweise zugetroffen, vielleicht am ehesten auf jene Krämer alten Stiles, die noch in Zünften organisiert gewesen waren und aus dem mittelalterlichen Fernhandel hervorgegangen sind. Seitdem aber standesfremde Elemente in grosser Zahl in den Detaillistenberuf eingedrungen sind und die bekannte Übersetzung dieses Erwerbszweiges eingesetzt hat, hat sich die Situation gründlich geändert. Viele dieser neuen Detaillisten haben sich nicht aus Berufung dieser Tätigkeit zugewandt, sondern ganz einfach, weil ungünstige wirtschaftliche Umstände sie aus ihrem früheren Beruf gedrängt haben; manche würden ohne kleinhändlerische Beschäftigung vielleicht der Sozialfürsorge anheimgefallen sein. So umfasste der Detailhandel seit dem Einströmen ungeeigneter Elemente, das unabhängig von der grossbetrieblichen Konkurrenz erfolgt ist und ohne diese Konkurrenz vermutlich noch viel grössere Masse angenommen hätte, eine grosse Zahl von versteckten Sozialrentnern (um mit Marbach zu spre-

⁴⁸ Vgl. *Marbach*, «Theorie», a. a. O., S. 280 und S. 283.

chen), deren Eliminierung das Sozialprodukt nicht verkleinern, sondern vergrössern würde, deren Handelstätigkeit «das Tuch geworden ist, mit dem sie ihr soziales Gebrechen zudecken⁴⁹».

Eine staatliche Stützung von selbständigen Existenzen könnte augenscheinlich bloss auf Grund einer selektiven Auslese der wirklich erhaltenswerten mittelständischen Existenzen erfolgen. Die Verbände des Detailhandels suchen unter den Detaillisten bereits heute eine solche Auslese vorzunehmen, indem sie teilweise bloss qualifizierte Bewerber in ihre Organisationen aufnehmen. In der gleichen Richtung gehen ihre beruflichen Bildungsbestrebungen und ihre Bemühungen zur Einführung des obligatorischen Fähigkeitsausweises.

Die Selbsthilfebestrebungen des Detailhandels (gemeinsamer Einkauf, Berufsbildung, alle die Dienste, welche die Verbände leisten) sind gewiss geeignet, den heutigen Detaillisten die wirtschaftliche und geistige Grundlage zu geben, die erforderlich ist, wollen die Detaillisten sich dem Bild des «mittelständischen Idealmenschen» annähern. Teilweise ist dies heute gewiss bereits gelungen. Aber die Hauptaufgabe der Mittelstandspolitik im Detailhandel ist auch heute noch, diesen Typ erst zu *schaffen* und nicht, ihn zu *erhalten*, gleich wie auch die Genossenschaften erst daran sind, ihre Erziehungsideale zu verwirklichen und die idealen Mustergenossenschaften und Mustergenossenschaftler noch nicht existieren. Der Erziehungsarbeit beider Seiten ist voller Erfolg zu wünschen, aber beide müssen ihre innere Kraft selbst beweisen und geben sich selbst auf, wenn sie an den Staat gelangen, er solle sie aus «staatspolitischen» Gründen schützen.

5. Der Detailhandel ist allerdings in der unangenehmen Lage, dass er, je mehr er durch Selbsthilfebestrebungen seine wirtschaftliche Lage verbessert, ein wichtiges Wesensmerkmal des mittelständischen Idealbildes in seinen Reihen verwischt und innerlich aushöhlt: die *Selbständigkeit*. In der Regel gelang es nämlich den Detaillisten nicht, die erforderlichen Anpassungen ihrer Betriebe an die durch die Konkurrenz der Konsumvereine und der Grossunternehmungen geschaffene Lage auf individueller Basis vorzunehmen: erforderlich war vielmehr der Zusammenschluss zu Organisationen der gemeinsamen Selbsthilfe – Verbänden und Einkaufsgenossenschaften.

Dieser Zusammenschluss war aber nicht möglich ohne eine tiefgreifende geistige Umstellung eines grossen Teils der Detaillisten. Die Schwierigkeiten, auf welche die Verbandsleitungen beim Aufbau ihrer Organisationen (besonders im Detailhandel mit Lebensmitteln) stiessen, zeigten, wie wenig hier die mittelalterliche Idee der zunftmässigen Organisation

⁴⁹ Vgl. *Marbach*, «Theorie», a.a.O., S.283.

und der Korporationen lebendig war. Der Detaillist, insbesondere der Spezialeihändler, war ein ausgesprochener Individualist, ein Eigenbrötler – die Klagen der Verbandsstellen in ihrer Gründungszeit bestätigen dies. Die Gründung der Verbände des Detailhandels war nicht aus einem innern Bedürfnis zur Zusammenarbeit mit Berufskollegen erfolgt, sondern sie war das Ergebnis einer Einsicht in die Notwendigkeit der Verbandsbildung zur Erhaltung des selbständigen Detailhandels. Es kostete sehr viel Mühe, eine grössere Anzahl von Detaillisten von dieser Notwendigkeit zu überzeugen, und noch mehr Mühe, sie auch zur aktiven Mitarbeit im Verband oder sogar zur Erbringung von Opfern im Verbandsinteresse zu bewegen.

«Der Detaillist ist ein typischer Individualist, der sich nur ungern in die Karten sehen lässt. Der Konkurrent soll nicht wissen, was der Detaillist seinem Lieferanten bezahlen muss, er darf auch keinen Aufschluss über die Umsatzhöhe haben usw. Die Aufgabe, die sich stellt, ist vor allem, diesen übertriebenen Individualismus zu überwinden, was nicht eine Aufgabe von Jahren oder gar Monaten sein kann, sondern ein Generationenproblem ist⁵⁰.»

Diese eigenwillige Einstellung der Detaillisten, ihr Misstrauen gegenüber den eigenen Standesgenossen und dem eigenen Verband, ist kein Zeichen von Stärke. Eine starke Individualität und Persönlichkeit, wie sie die mittelständische Propaganda im selbständigen Detaillisten erhalten zu wollen vorgibt, wird dem Standesgenossen ruhig zur Zusammenarbeit die Hand reichen, ohne für den eigenen Verdienst und die eigene Selbständigkeit zu fürchten. Aus Schwäche zögerten die Detaillisten vorerst vor einem Zusammenschluss, und infolge der gleichen Schwäche waren sie später in ihrer Mehrzahl doch gezwungen, der Organisation beizutreten, um gegenüber der Grosskonkurrenz und den organisierten Konkurrenten-Kollegen nicht ins Hintertreffen zu geraten.

Da viele Detaillisten nicht aus innerer Bereitschaft zur Zusammenarbeit ihren Organisationen beitraten, sondern aus Not, unter dem Druck einer bedrohlichen Konkurrenz, war die Gefahr besonders gross, dass sie zu diesen Organisationen in grosse wirtschaftliche und geistige Abhängigkeit gerieten. Wer schwach ist, hat oft nur die Wahl zwischen eigensinnigem Abseitsstehen und weitgehender Unterordnung und Aufgabe der Selbständigkeit. Nicht aus bösem Willen, sondern um den Detaillisten wenn nicht ihre vollständige Selbständigkeit, so doch ihre Existenz zu bewahren, mussten die Verbände sehr stark in die Betriebsführung ihrer Mitglieder eingreifen. Dies musste die Selbständigkeit und die geistige Unabhängigkeit der Detaillisten deshalb stark berühren, weil sie

⁵⁰ Vgl. *SDV*, Jahresbericht 1943, S. 54 (Referat *Charles Blanc*, Die Verlängerung des Warenhaus-Beschlusses).

im allgemeinen doch weniger starke Individualitäten darstellen als die Handwerker und weil sich im Detailhandel an sich weniger Möglichkeiten zu individueller Gestaltung der Leistungen bieten als im Handwerk.

Die Verbände üben ihren Einfluss auf die angeschlossenen Detaillisten vor allem aus über die Förderung des beruflichen Bildungswesens und indem sie Funktionen im Betrieb der Detaillisten übernehmen, welche diese früher selbst hatten versehen müssen. Die berufliche Weiterbildung der Detaillisten durch ihre Verbände ist gewiss zu begrüßen, doch trägt sie zu einer geistigen Abhängigkeit vom Verband bei, die jene geistig unabhängigen Persönlichkeiten, die den bezahlten Lohnarbeitern und Funktionären angeblich so überlegen sein sollen, nicht auszeichnen sollte.

Noch wichtiger ist aber das zweite Moment, das Übergreifen der Organisationen des Detailhandels auf die eigentliche Betriebsführung der einzelnen Detaillisten. Verbände und Einkaufsgenossenschaften haben viele Funktionen, die früher eindeutig und ausschliesslich zum Aufgabebereich der Detaillisten gehörten, selbst übernommen. Wir haben im ersten Teil dieser Arbeit die vielgestaltigen Funktionen dieser Organisationen geschildert. Verblieben sind den Detaillisten häufig allein noch Aufgaben, welche auch der unselbständige Filialleiter einer Kettenladenerunternehmung zu erfüllen hat. Dies ist wirtschaftlich durchaus legitim und vernünftig, ja sogar erforderlich; es entspricht dem wohlfahrtsfördernden Prinzip der Arbeitsteilung. Doch durch diese «Degradierung» des selbständigen Detaillisten zum selbständigen Verkäufer geht ein wesentlicher Wesenszug einer wirklich selbständigen mittelständischen Existenz verloren: der Verkäufer erfüllt eine Funktion nicht mehr in ihrer Ganzheit, sondern bloss noch Teilfunktionen.

Die volkswirtschaftliche Arbeitsteilung teilt die Wirtschaft in Funktionen verschiedener Stufenordnung – Urproduktion, Fabrikation, Handel; auch diese Funktionen werden vertikal (Grosshandel, Detailhandel) und horizontal (Detailhandel mit Lebensmitteln, Büchern usw.) in verschiedene organisch ganze Funktionen aufgeteilt. Die Grossbetriebe brachten aber eine weitere Aufteilung in verschiedene Teilfunktionen und Hilfsfunktionen, die kein organisches Ganzes mehr bilden.

Wenn ein Gemischtwarenhändler beschliesst, sich von nun an allein auf die Vermittlung von Spezereien zu beschränken, so verzichtet er auf den Handel beispielsweise mit Textilien vollständig; der Textilhandel berührt seinen Betrieb nicht mehr und er ist an seiner rationellen Organisation höchstens noch in seiner Eigenschaft als Konsument interessiert oder weil billige Textilien den Konsumenten die Möglichkeit lassen, die von ihm gehandelten Waren vermehrt nachzufragen. Überträgt ein Detaillist aber die Führung seiner Buchhaltung oder die Werbung für sein

Geschäft seiner Einkaufsgenossenschaft oder dem Verband, so verlieren Werbung und Buchhaltung keineswegs an Bedeutung für sein Geschäft. Er bleibt auf eine optimale Erfüllung dieser Funktionen angewiesen und kann auf sie nicht verzichten wie auf den Textilhandel – aber es liegt jetzt nicht mehr in seiner Hand, ob sie auf befriedigende Weise erfüllt werden oder nicht.

Wenn auch der moderne mittelständische Detailhandel mit dem Verkauf die Hauptteilfunktionen des Detailhandels noch selbst erfüllt, so ist er doch, gleich wie der Lohnarbeiter, insofern «verarmt», als sein Geschäftserfolg nicht mehr allein von seiner eigenen Tüchtigkeit abhängt, er nicht mehr das Selbstbewusstsein und die Unabhängigkeit einer Persönlichkeit besitzt, die ihren Erfolg allein sich selbst zuschreiben darf. Er ist vielmehr, als Teil in einem arbeitsteiligen Räderwerk, auf eine gute und gewissenhafte Erfüllung der andern Teilfunktionen durch Dritte angewiesen. Was das SWV im Jahre 1916 den Konsumvereinen vorhielt, trifft heute teilweise auch auf den modernen «Verkäufer-Detailisten» und seine Einkaufsgenossenschaft zu.

«An Stelle des uneingeschränkten Energievermögens, das in der Selbständigkeit und freien Betätigung gleichsam seine Krönung erfährt und allein aus der heraus ein Gefühl der Befriedigung entstehen kann, wird ein Zustand gesetzt, in dem das Individuum sein eng abgegrenztes Wirkungsfeld zugeteilt erhält, das seiner Tatkraft Zügel anlegt und sie künstlich zum Absterben bringt. Nur das Bewusstsein, seines eigenen Glückes Schmied zu sein, die Konsequenzen seines Tun und Lassens einzig auf seine eigene Person zurückleiten zu dürfen, gibt dem Menschen diejenige Seelenstimmung, die für Volk und Staat in allen Teilen fördernd wirkt⁶¹.»

Wir glauben nicht an derartig schwerwiegende Konsequenzen gesellschaftlicher Art als Folge dieser Entwicklung. Wer aber an solche Konsequenzen glaubt, muss sie auch im Zusammenhang mit dieser «tendenziellen Selbstsozialisierung» des Detailhandels sehen und nicht bloss als Folge der Expansion der Grossbetriebe.

Wenn man, wie Marbach, von einer «tendenziellen Selbstsozialisierung» des Detailhandels durch seine Einkaufsgenossenschaften spricht, so denkt man aber nicht bloss an diese Erscheinungen, sondern vor allem auch an den eigentlichen Verlust an Selbständigkeit, den die Einkaufsgenossenschaften dem Detailhandel bringen. Marbach fasst diese ganze Entwicklung folgendermassen zusammen:

«Überlegt man sich, welch enge Fäden zwischen der Gesellschaft und den Mitgliederfirmen laufen und wieviel Abhängigkeit gegenüber der Gesellschaft als der sorgenden Henne entsteht, so kommt man zum Schluss, dass sich nach und nach allerlei umkehrt. Die Gesellschaft ist die Dienerin der Mitgliederfirmen. Diesen gehört ja die Gesellschaft.

⁶¹ SWV vom 5. November 1916.

Aber mit der Zeit wird die Stellung einer gutgeführten Einkaufszentrale gegenüber den Mitgliederfirmen überragend mächtig. Irgendwann ist man so weit, dass *de facto* nicht mehr die Mitgliederfirmen die Einkaufsgesellschaft beherrschen, sondern diese die Mitgliederfirmen ‚kontrolliert‘. ‚Ein solcher Detaillist‘ (sagt die Preisbildungskommission in ihrer Veröffentlichung Nr. 11, S. 32) ‚ist nicht mehr der Spezereihändler und Kaufmann im ursprünglichen Sinne des Wortes. Er kann sich in manchen früher unter seiner Selbstverantwortung stehenden Dingen auf die ‚Zentrale‘ verlassen. In diesem Sinne sind gewisse, der Usego angeschlossene Kleinhändler in höherem Masse als die ursprünglichen, ganz freien Spezereihändler nur noch *Warenvermittler* bzw. *Warenverkäufer*. In manchen Dingen denkt und handelt die – allerdings ihm gehörende – Usego für ihn!‘

Die gutgeführten Einkaufsgesellschaften werden mit der Zeit so stark, das ‚Aufsiegengewiesen-sein‘ des Mitgliedes ist so prononciert, dass es nur noch eine Weltanschauungs- oder Charakterfrage der Geschäftsleitung ist, ob sie Dienerin oder Beherrscherin der Mitglieder sein will. So oder so ist in der *Tat* die Gesellschaft ausschlaggebend, und nicht das von ihr stark abhängig gewordene Mitglied⁵².»

Und weiter unten fährt Marbach fort:

«Jedenfalls muss erkannt werden, dass der einer mächtig gewordenen Einkaufsgesellschaft angeschlossene Detailhandel (es kann auch ein Handwerk sein) sein soziologisches Gesicht verändert. Die Selbständigkeit geht weitgehend verloren, weil Eingliederung in einen Gruppenverband erfolgt. Man wird diese Wandlung vielleicht als eine solche vom Individual- zum Gruppenegoismus bezeichnen. In Wirklichkeit ist es mehr, weil die Selbständigkeit weitgehend aufgegeben wird und Eingliederung in ein Kollektiv erfolgt. Es findet nicht Sozialisierung im gewöhnlichen Sinne des Wortes, aber materiell eben doch ‚*tendenzielle Selbstsozialisierung*‘ statt⁵³.»

Vom Filialleiter einer Kettenladenunternehmung unterscheidet sich ein solcher Detaillist im wesentlichen noch durch das grössere Risiko, das er trägt.

«Zwischen einem Filialleiter und einem selbständigen Detailhändler bleibt als wesentlicher Unterschied aber immer bestehen, dass bei gutem Geschäftsgang der Inhaber eines Einzelladens nicht nur ein Einkommen bestimmter Höhe erzielt, sondern im Zusammenhang damit das Geschäft selbst einen Kapitalwert darstellt, welchen der selbständige Detailhändler verkaufen kann. Bei schlechtem Geschäftsgang dagegen, infolge Entstehens einer preisdrückenden Konkurrenz oder aus andern Gründen, sieht er daher nicht nur die Höhe seines Einkommens gefährdet, sondern droht ihm auch – ein Risiko, das der Filialleiter nicht kennt – das Sinken des Veräusserungswertes seines Geschäftes auf Null. Bestünden *diese* Unterschiede nicht, dann wäre der der Einkaufsgesellschaft angeschlossene Detailladen kaum noch etwas anderes als ein Filialladen, sein Inhaber ein Angestellter⁵⁴.»

Man könnte zwar darauf hinweisen, dass dem Detaillisten die Wahl offen steht, sich entweder einer Einkaufsgenossenschaft oder der Alro anzuschliessen oder sich überhaupt nicht zu binden und sich vom privaten Grossisten seiner Wahl bedienen zu lassen. Die Grosszahl der Detaillisten, und zwar besonders diejenigen, in deren Namen die Detaillistenorgani-

⁵² Marbach, «Theorie», a. a. O., S. 342.

⁵³ Marbach, «Theorie», a. a. O., S. 343.

⁵⁴ Marbach, «Theorie», a. a. O., S. 298.

sationen sprechen, sind aber auf ihre Einkaufsgenossenschaften und ihre Verbände weitgehend angewiesen.

Wichtig ist auch, dass die Einkaufsorganisationen des Detailhandels den Bezugswang nicht kennen, doch dient die starke Förderung der Eigenmarken der Einkaufsgenossenschaften dazu, die Spezialehändler auch wirtschaftlich immer mehr an ihre Organisation zu binden, ganz abgesehen davon, dass auf sie auch ein moralischer Druck ausgeübt wird, ihrer Selbsthilfeorganisation die Treue zu bewahren.

2. Der Detailhandel in wirtschaftlicher und geistiger Auseinandersetzung mit den Genossenschaften

Im ersten Teil dieses Kapitels gingen wir von der Annahme aus, der Detailhandel sei in seiner Existenz bedroht, und untersuchten, inwiefern es aus staatspolitischen Gründen erforderlich ist, ihn künstlich zu erhalten. Diese Annahme wird indessen der Wirklichkeit nicht gerecht – von einer Bedrohung des Detailhandels kann heute nicht gesprochen werden, er vermag sich im Gegenteil recht gut zu erhalten.

Von den Gründen, die es dem Detailhandel erlauben, sich trotz der Konkurrenz durch die Grossbetriebe («Grossbetriebe» von schweizerischen Ausmassen!) so gut zu behaupten, seien – im Anschluss an Marbach⁵⁵ – folgende genannt:

1. Manche Detaillisten sind nicht ausschliesslich auf ihr Händlereinkommen angewiesen (landwirtschaftlicher Nebenerwerb, Hausbesitz, Renten usw.).

2. In manchen Landesgegenden ist die Konkurrenz durch Grossgeschäfte nur unbedeutend, weshalb es dem Detailhandel möglich ist, «grosszügiger» zu kalkulieren als in städtischen Zentren, wo sie «geballt» auftritt.

3. Manche Konsumenten kaufen bewusst im kleinen «Lädli» ein, aus menschlichem Mitgefühl mit dem Inhaber eines «grenznahen» Betriebes, und bezahlen bewusst höhere Preise, als sie von der Konkurrenz gefordert werden. Diese Erscheinung stellt nichts anderes als eine «private unsichtbare Sozialfürsorge» dar.

4. Ist der Spezialehändler für eigentliche kartellistische Abmachungen zu schwach, so stellt die «Preisbindung der zweiten Hand» doch einen überaus wichtigen «Kartellersatz» dar, welcher das Margengefüge stützt und für das Einkommen der Detaillisten eine wichtige Sicherung bedeutet.

⁵⁵ Vgl. Marbach, «Lebensmittelhandel», a. a. O., S. 55f.

5. Den bereits mehrfach erwähnten Selbsthilfemassnahmen eines bedeutenden Teils des Detailhandels, besonders derjenigen Detaillisten, die kein Nebeneinkommen besitzen, einer intensiven Konkurrenz ausgesetzt sind und keine «unsichtbare Sozialfürsorge» geniessen, ist es gelungen, dem kleinen Detaillisten manche Vorteile des Grossbetriebes ebenfalls zukommen zu lassen. In der Tat war und ist eine Produktivitätssteigerung auch im Detailhandel unumgänglich; nachdem die Güterproduktion so grosse Verbesserungen erfahren hat und noch immer erfährt, wäre es widersinnig, wenn ein unproduktiver und veralteter Verteilungsapparat die Früchte dieser Produktivitätssteigerung zunichte machte. Die Rationalisierungsmassnahmen der Grossbetriebe des Detailhandels entsprechen einer zwingenden wirtschaftlichen Logik und Notwendigkeit⁵⁶; der Detailhandel konnte sich nur erhalten, wenn er sich dieser notwendigen Entwicklung anpasste. Auf die Dauer werden sich, ausgenommen wo besonders günstige Umstände vorliegen, die oben skizziert wurden, nur solche Betriebe des Detailhandels zu erhalten vermögen, welche die ihnen gebotenen Anpassungsmassnahmen auszunützen verstehen. Der gesellschaftliche und staatspolitische Wert des Detailhandels ist nicht ein solcher, dass eine Erhaltung derjenigen Betriebe, die es nicht verstehen, sich dieser Entwicklung anzupassen, gerechtfertigt wäre. Der Detailhandel *hat* die Möglichkeit, sich anzupassen – er gerät nur in Schwierigkeiten, wenn er gebotene zumutbare Massnahmen versäumt. Dann ist es aber verfehlt, den Grossbetrieben und ihrer «Expansion» die «Schuld» an dieser Entwicklung zuzuschreiben. Wie Marbach es prägnant ausdrückt, sind diese «nicht so sehr die *Ursache* der zu beobachtenden strukturellen Änderungen des Handels, als vielmehr *Ausdruck* von wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandlungen, die diese Änderungen notwendig machen⁵⁷».

6. Wir haben bereits davon gesprochen, dass solche Anpassungsmassnahmen Eigenschaften des Detailhandels (wie die Selbständigkeit), auf welche die Mittelstandspolitik so grossen Wert legt, zu verwischen und innerlich auszuhöhlen drohen. Auf ein Mindestmass solcher Massnahmen wird der Detailhandel trotzdem nicht verzichten können. Aber er wird, wo er nicht so weitgehend wie die Grossbetriebe rationalisieren kann oder will, seine Existenzberechtigung durch Leistungs differenzen beweisen müssen, welche seiner soziologischen Eigenart entsprechen, sie unterstreichen und fördern. Er wird sich da, wo eine scharfe Konkurrenz durch Grossunternehmungen besteht, vor allem an jene Kundschaft wenden,

⁵⁶ Vgl. Marbach, «Lebensmittelhandel», a. a. O., S. 57 und S. 58.

⁵⁷ Vgl. Marbach, «Lebensmittelhandel», a. a. O., S. 57.

welche Wert auf individuelle Bedienung und Waren exklusiver Qualität legt. Seine Stärke liegt darin, spezielle Leistungen anbieten, spezielle Fähigkeiten entwickeln zu können, was dem Filialbetrieb, der eher schematisch arbeiten und auf die Wünsche breiterer Konsumentenschichten abstellen muss, nicht so gut möglich ist. Durch psychologisch geschickte Auswahl des Sortimentes zur Befriedigung gehobener Wünsche, durch ein gepflegtes Kundenservice (Bestellung, Lieferung, Zahlung) kann der selbständige Detaillist gegenüber dem Filialbetrieb viel aufholen⁵⁸. Der Detaillist, der sich durch besondere Leistungen halten kann, entspricht auch viel besser dem mittelständischen «Idealtyp» als der wenig leistungsfähige Detaillist, der sich nicht aus eigener Kraft, sondern nur dank staatlicher Intervention zu erhalten vermag.

Die Schicksalsfrage für den gewerblichen Mittelstand im allgemeinen und den Detailhandel im besonderen ist, ob die Kundschaft für die individuellen Leistungen dieser mittelständischen Anbieter genügend Verständnis und Kaufkraft besitzt. Ausser in konjunkturellen Notlagen kann es nicht das Ziel einer gesunden Mittelstandspolitik sein, den gewerblichen Mittelstand künstlich zu erhalten, sondern ihn zu solchen individuellen Leistungen befähigen zu helfen und in der Konsumentenschaft das Verständnis für diese Leistungen zu bewahren. Diese Politik wird, noch mehr als auf die Quantität der mittelständischen Existenzen auf ihre Qualität Gewicht legen müssen.

Im Detailhandel mit Lebensmitteln haben sich allerdings nicht nur in der Vermittlung von Gütern des gehobenen und exklusiven Bedarfs selbständige Existenzen zu erhalten vermocht, sondern auch in grossem Masse in der Vermittlung von Gütern des Bedarfs breiter Konsumentenschichten. Das ist sicher nicht nur auf Marktunvollkommenheiten und auf hohe wirtschaftliche Leistungsfähigkeit rationalisierter mittelständischer Detailhandelsbetriebe zurückzuführen, sondern auch darauf, dass viele Konsumenten das persönliche Moment, das der selbständige Detaillist in den Detailhandel zu tragen imstande ist, als echte zusätzliche Dienstleistung schätzen und bezahlen. Man kann das gewiss als erfreuliches Zeichen wirtschaftlichen Wohlstandes breiter Bevölkerungsschichten und einer bloss materiellen Erwägungen abholden Gesinnung werten!

Trotzdem wird es in der Schweiz auch in Zukunft nicht möglich sein, auf rationalisierte Grossbetriebe des Detailhandels zu verzichten, da auch bei uns eine grosse Zahl von Konsumenten vorhanden ist, die sich die

⁵⁸ Vgl. *Marbach*, «Theorie», a.a.O., S.307; *Gutersohn*, «Freie Marktwirtschaft», a.a.O., S. 154–163.

Mehrkosten für eine individuellere Kundenbedienung nicht leisten wollen und für das «persönlichere Milieu» im mittelständischen Geschäft kein Verständnis haben. Eine starke Konkurrenz durch rationell arbeitende Grossbetriebe ist unbedingt erforderlich, soll die Sicherheit gewahrt bleiben, dass der Detailhandel alle zumutbaren Rationalisierungsmassnahmen vornimmt und alle Sonderleistungen, zu denen er fähig ist, erbringt. Diese Konkurrenz ist, wenigstens soweit sie aus Konsumgenossenschaften besteht, um so mehr zu begrüßen, als sie nicht allein von materiellen Erwägungen geleitet wird, sondern das persönliche Moment ebenfalls, wenn auch nach einer andern Seite hin, pflegt, wenn sie die freiwillige Einordnung der freien Persönlichkeit in die lebendige Gemeinschaft in den Vordergrund stellt. Die Genossenschaften haben ausserdem ihren früheren Ausschliesslichkeitsanspruch aufgeben und anerkennen die Existenzberechtigung auch des mittelständischen Detailhandels, soweit er sich durch Leistungen ausweist.

Es soll hier gewiss nicht der Versuch gemacht werden, die Genossenschaftsidee und die Mittelstandsidee miteinander zu «versöhnen». Aber in einem Punkte treffen sie sich doch: sie versuchen beide, auf verschiedenem Wege zwar, den *Menschen* wieder vermehrt in den Mittelpunkt der Wirtschaft zu rücken. Die beiden Wege schliessen sich zwar weitgehend aus, aber dieser Berührungspunkt sollte doch gewährleisten, dass beide nicht im *Kampf gegen* den andern, sondern im *Wettbewerb mit* ihm vorgehen. Die Erkenntnis sollte sich Bahn brechen können, dass das Ziel beider gewiss nicht das gleiche ist, dass diese Ziele aber doch nicht so gegensätzliche sind, dass sie die gewaltsame Behinderung des «Gegners» in der Befolgung des eigenen Weges bedingen. Beide können ihre Ziele nicht durch negative Bekämpfung des andern, sondern bloss durch positive Leistung erreichen.

Die Idee des Wettbewerbs, d.h. nicht der Behinderung, sondern der Überbietung des Gegners, hat im wirtschaftlichen wie auch im ideologischen Bereich zu gelten. Im wirtschaftlichen Bereich des Detailhandels sollte sie gelten sowohl bei den selbständigen Detaillisten als auch den historischen Konsumgenossenschaften, den Migros-Genossenschaften und den Unternehmungen anderer Rechtsform, von denen alle ihre Daseinsberechtigung und ihre Aufgabe haben, solange sie sich durch Leistungen legitimieren. Aber auch im ideologischen Bereich sollte die Idee des «Wettbewerbs» Anerkennung finden, weil beide, mittelständischer Detailhandel sowohl als auch Konsumgenossenschaften, wissen, dass sie durch Rücksichtslosigkeit und Vernichtung auch ihre eigenen Ideale gefährden. Die gegenseitige *Toleranz im Leistungswettbewerb* und die Ach-

tung vor den Erziehungsidealen auch des Gegners sollten um so eher in allen Bereichen begleitend sein, als der Detailhandel, die Konsumgenossenschaften und die Migros wissen, dass sie alle in der schweizerischen Volkswirtschaft fest fundiert sind und noch viele gemeinsame Probleme zu lösen haben werden. Sie sind als Glieder der schweizerischen Wirtschaft miteinander schicksalsverbunden. Die Pflege eines solchen Verhältnisses ist allerdings nur möglich, wenn *alle* in diesem Geiste handeln!

LITERATURVERZEICHNIS

- Andrews, P. W. S.*: Some Aspects in Competition in Retail Trade, in «Oxford Economic Papers» 1950.
- Ammann, Hans*: Die Frage der Bevorzugung der Konsumenten-Genossenschaften in der Besteuerung, Diss. Bern 1948.
- Arcioni, Rico*: Die direkte Besteuerung der Konsumgenossenschaften nach schweizerischem Recht, Diss. Basel 1947.
- Ardüser, Martin*: Der Grosseinkauf im Einzelhandel, Diss. Bern 1944.
- Back, J. M.*: Die aktuelle Situation des Genossenschaftswesens, seine soziale, wirtschaftliche und kulturelle Bedeutung, in «Aktuelle Genossenschaftsprobleme», herausgegeben vom VSK, Basel 1953.
- Bayer, Hans*: Genossenschaftsbewegung und Wirtschaftsdynamik, in «Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen» 1952.
- Barbier, Charles-Henry*: Frau und Genossenschaft, SKV «Kleine Schriften», Nr. 27, 1955.
- Berger, Roger*: Die Zweckgenossenschaften des Verbandes schweiz. Konsumvereine (VSK), Entstehung, Bedeutung und Stellung zur Zentralorganisation, Diss. Basel 1955.
- Betriebszählung, Eidgenössische*: 1929, Bd. 3, und 1939, Bd. 3.
- Beutner, Paul*: Die Finanzgebarung der Genossenschaften, Diss. Genf 1925.
- Enttäuschungen in der schweizerischen Konsumgenossenschaftsbewegung, Biel 1926.
 - Die Bedürfnisklausel in der kommenden Wirtschaftsordnung, Weinfelden 1934.
 - Das Reorganisationsproblem im schweizerischen Detailhandel, Solothurn 1939.
 - Die Ursachen der Notlage im Detailhandel, Bern 1940.
 - Die Bewilligungspflicht für Neugründungen in Handwerk und Detailhandel als Instrument der Gewerbepolitik, Weinfelden 1942.
- Blanc, Charles*: Die Verlängerung des Warenhaus-Beschlusses (Referat), SDV, Jahresbericht 1943.
- Blumenstein, Ernst*: Steuerrechtliches Gutachten über die projektierte Ausgleichsteuer auf Grossunternehmungen des Einzelhandels, Zürich 1938.
- Steuerrechtliches Gutachten betreffend den Ausführungsbeschluss über die Ausgleichsteuer, Zürich 1940.
- Borkowsky, Rudolf*: Die Besteuerung der juristischen Personen, in «Wirtschaft und Recht» 1953.
- Bürgin, Paul*: Migros AG – Usogo – VSK, Ein Ausschnitt aus dem schweizerischen Lebensmittelhandel, Diss. Basel 1939.
- Champion, Walter*: Studie zur Funktion der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz, unter besonderer Berücksichtigung der «Union» Olten, Diss. Bern 1926.
- Cottier, Henry*: La crise du petit commerce, Thèse Lausanne 1930.
- Draheim, Georg*: Die Genossenschaft als Unternehmungstyp, Göttingen 1952.
- Dubach, Walter*: Das Recht auf Rückvergütung und Preisnachzahlung in der Genossenschaft, Diss. Zürich 1932.
- Durtschi, Ernst*: VOLG Winterthur, Festschrift zum 50jährigen Bestehen 1896–1936, Winterthur 1936.
- Expertenkommission für die Motion Piller*: Zum Problem der gleichmässigen Besteuerung

- der Erwerbsunternehmungen, herausgegeben vom Eidgenössischen Finanz- und Zolldepartement, Basel 1955.
- Faes, Maurice*: Le commerce de détail en Suisse – son évolution – sa structure – l'aide au petit commerce de détail, Thèse Lausanne 1943.
- Faucherre, Henry*: Die Händler-Rabattsparevereine, Studie über die praktischen Probleme der Mittelstandsbewegung, Diss. Jena 1912.
- Die wirtschaftliche Lage des Kleindetailhandels und seine Wirtschaftspolitik, Sonderdruck der «Blätter für Schweiz. Wirtschafts- und Sozialpolitik», 1912.
 - Regierungsrat Tschumi und die Konsumvereine, Basel 1913.
 - Beiträge zur Rückvergütungsfrage, Basel 1916.
 - Mittelstandsbewegung und Konsumgenossenschaften, Basel 1919.
 - Umriss einer genossenschaftlichen Ideengeschichte, Basel 1925.
- Fauquet, Georges*: Der genossenschaftliche Sektor, Basel 1937.
- Charles Gide und das «Drei-Etappen-Programm» – Aussichten der genossenschaftlichen Entwicklung – Der genossenschaftliche Föderalismus, SKV «Kleine Schriften», Nr. 8, 1953.
- Felber, Karl Ernst*: Die Strukturwandlungen im schweizerischen Kolonialwaren-Grosshandel, Diss. Basel 1939.
- Feurer, Willy*: Migros, Eine schweizerische Lebensmittel-Verkaufsorganisation, Eine kritische Würdigung, in «Zeitschrift für handelswissenschaftliche Forschung» 1951.
- Gauer, Thedy*: Die politische und konfessionelle Neutralität als Grundsatz des Verbandes schweiz. Konsumvereine (VSK) und der ihm angeschlossenen Konsumgenossenschaften, Diss. Bern 1951.
- Geering, Traugott*: Handel und Industrie der Stadt Basel, Basel 1886.
- Geiger, Hans*: Konsumgenossenschaftliche Bestrebungen in der Schweiz, Brugg 1920.
- Gerwig, Ernst*: Die Auswirkung der Ausgleichsteuer für die Filialunternehmungen, Basel, ohne Jahr.
- Gewerbeverband, Schweizerischer*: Freie Wirtschaft und genossenschaftlicher Sozialismus, Basel 1950.
- Gewerbeverein, Schweizerischer*: Denkschrift zur Feier seines 25jährigen Bestehens 1879–1904, Bern 1904.
- Kritische Betrachtungen über die Tätigkeit der Konsumvereine in der Schweiz. Mit einem Anhang enthaltend die Steuergesetzgebung gegenüber den Konsumvereinen (Gewerbliche Zeitfragen, Heft XXIII), Bern 1905.
- Geyer, Ernst*: Zur Frage der Genossenschaftsbesteuerung, in «Wirtschaft und Recht» 1954.
- Gide, Charles*: Das genossenschaftliche Programm und die sozialistischen Schulen, Basel 1927.
- Grossmann, Eugen*: Die Ausgleichsteuer im Licht der heutigen Wirtschaftslage, Olten 1948.
- Grünfeld, Ernst*: Handbuch des Genossenschaftswesens, Halberstadt 1928.
- Guignard, René*: Das Migros-Problem, Basel 1950.
- Gutersohn, Alfred*: Das Gewerbe in der freien Marktwirtschaft, Bd. 1, Das Wesen des Gewerbes und die Eigenart seiner Leistungen, Zürich und St. Gallen 1954.
- Das Gewerbe in der schweizerischen Wirtschaftspolitik, Der Schweizerische Gewerbeverband 1879–1954, ohne Ort, 1954.
- Handschin, Hans*: Die Besteuerung der Konsumgenossenschaften durch die Kantone (Maschinenschrift), ohne Jahr.
- Die Besteuerung der Genossenschaften, in «Aktuelle Fragen des Genossenschaftswesens», Basel 1946.
 - Der Verband schweiz. Konsumvereine (VSK) 1890–1953, Basel 1954.
- Heeb, Friedrich*: Der schweizerische Gewerkschaftsbund 1880–1930, Bern 1930.
- Hundert Jahre Konsumgenossenschaften in den Kantonen Zürich und Schaffhausen, Basel 1952.
- Heiling, Bruno*: Der Schutz des mittelständischen Detailhandels, Diss. Bern 1937.
- Houwald, Emil*: Die direkte Besteuerung der Genossenschaften durch die Kantone und den Bund, Diss. Neuenburg 1925.
- Hürlimann, J.*: Ungleiche steuerliche Belastung im Detailhandel, in «Wirtschaft und Recht» 1953.

- Hunzinger, Walter:* Genossenschaftliche Produktion, Möglichkeiten und Grenzen der genossenschaftlichen Eigenproduktion in der Schweiz, Diss. Basel 1947.
- Jöneli, Hans:* Die ersten Konsumvereine in Basel, SKV 1907.
- Kohler, Robert:* Fusionen und Separationen von Konsumgenossenschaften in der Schweiz, Diss. Bern 1952.
- Kohli, G.:* Festschrift zum hundertjährigen Bestehen des Konsumvereins Zürich 1851–1951.
- Krebs, Werner:* Zum Schutze des Kleingewerbes gegen Auswüchse und Übelstände im Handel und Kreditverkehr (Gewerbliche Zeitfragen, Heft VIII), Zürich 1893.
- Küng, Heinrich:* Ausgleichsteuer und Arbeitsbeschaffung, Korreferat (Vervielfältigung), 1939.
- Küng, Heini Robert:* Der VOLG als Produktions- und Absatzgenossenschaft und seine wirtschaftliche und soziale Bedeutung für die Landwirtschaft der Nordostschweiz, Diss. Basel 1948.
- Lange, Oskar, und Taylor, Fred M.:* On the Economic Theory of Socialism, Minneapolis 1948.
- Lasserre, Georges:* Von der Geltung des Menschen in der Genossenschaft, SKV «Kleine Schriften», Nr. 10, 1953.
- Lejeune, Leo:* Die Besteuerung der Rückvergütung der Konsumgenossenschaften, in «Genossenschaftliches Jahrbuch» 1945.
- Lerner, Abba P.:* The Economics of Control, New York 1946.
- Loewenich, Theo:* Das konsumgenossenschaftliche Marktverhalten als Gegenstand exakter Theorie, in «Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen» 1952.
- Mackenroth, Gerhard:* Sozialistische Wirtschaftsverfassung, in «Weltwirtschaftliches Archiv», Bd. 63.
- Mahler, Hans E.:* Detailhandel im Umbruch, Zürich 1939.
- Maissen, Placidus:* Die Entwicklung der beruflichen Ausbildung im schweizerischen Detailhandel, Diss. Lausanne 1945.
- Mangold, Fritz:* Die Filialunternehmungen und die Ausgleichsteuer, Basel 1938.
- Marbach, Fritz:* Eine neue Methode des Lebensmittelverkaufs, in «Magazin der Wirtschaft», 6. Jahrgang, Nr. 18.
- Gewerkschaften – Mittelstand – Fronten, Bern 1933.
 - Aufgaben einer Konsumentenorganisation in der Kriegswirtschaft, SKV-Jubiläumssnummer 1940.
 - Theorie des Mittelstandes, Bern 1942.
 - Über die Frage, ob vom volkswirtschaftlichen Gesichtspunkt aus die Beibehaltung der Ausgleichsteuer oder ihre baldmöglichste Aufhebung zu befürworten ist, Olten 1948.
 - Der schweizerische Lebensmittelhandel, in «50 Jahre VHTL 1904–1954».
- Mühlemann, Hans E.:* Die Anfänge der schweizerischen Konsumgenossenschaftsbewegung, Diss. Bern 1939.
- Rochdale und die Migros, Basel 1942.
 - Die Genossenschaftsidee gestern, heute und morgen, Basel 1943.
- Müller, Hans:* Die schweizerischen Konsumgenossenschaften, ihre Entwicklung und ihre Resultate, Basel 1896.
- Die Stärkung der Gewerkschaftsbewegung durch die Genossenschaften, Zürich 1896.
 - Der Staat und das Steuerrecht, Basel 1898.
 - Referat vor dem Schweizerischen Genossenschaftsbund, Protokoll der Delegiertenversammlung 1899.
 - Bell-Allianz oder Mesalliance? Ein Versuch, den schweizerischen Konsumenten die Augen zu öffnen, Separatdruck des «Grütliansers» 1914, Nr. 12–16.
 - Konsumgenossenschaftliche Entgleisungen, Zur Beleuchtung der Zustände im VSK, Zürich 1915.
 - Rekurs des Konsumvereins in Baden an das Hohe Bundesgericht, 1897.
 - Memorial betreffend die Besteuerung der Konsumvereine, dem Regierungsrat des Kantons Appenzell AR überreicht von den Appenzeller Konsumvereinen, 1897.
 - Rekurs des Badener Konsumvereins an das Bundesgericht, 1899.
 - Memorial betreffend die Besteuerung der Wirtschaftsgenossenschaften, dem Regie-

- rungsrat des Kantons Bern überreicht von den Bernischen Wirtschaftsgenossenschaften, Bern 1899.
- Munz, Hans*: Zum Problem der Steuerbelastung im privaten und genossenschaftlichen Detailhandel, in «Wirtschaft und Recht» 1953.
- Zahlen die Migros-Genossenschaften und Konsumvereine zu wenig Steuern? Eine Untersuchung über die Steuerbelastung im privaten und genossenschaftlichen Detailhandel, Zürich, ohne Jahr (wahrscheinlich 1954).
- Neumark, Fritz*: siehe *Tröger*.
- Paulick, Heinz*: Warenrückvergütung, ihr Wesen und ihre steuerliche Behandlung, Neuwied a. Rh. 1951.
- Pettermand, Karl*: Der Allgemeine Consumverein in Basel, Basel 1920.
- Preisbildungskommission des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartementes*: Die Verhältnisse im schweizerischen Lebensmittelkleinhandel, Heft 1-4, Bern 1934-1937.
- Rabattverband, Schweizerischer*: 25 Jahre einheitliche und organisierte Rabattmarkenabgabe in der Schweiz, Biel 1926.
- Reinhardt, W.*: Gutachten über die Besteuerung der Genossenschaften, speziell der Konsumgenossenschaften (Vervielfältigung), 1947.
- Ritschl, Hans*: Die Besteuerung der Genossenschaften, Gutachten, 1954.
- Röpke, Wilhelm*: Die Funktion des Klein- und Mittelbetriebes in der Volkswirtschaft, in «Handwerk und Kleinhandel in der modernen Volkswirtschaft», St. Gallen 1947.
- Salin, Edgar*: Geschichte der Volkswirtschaftslehre, Tübingen und Bern 1951.
- Schär, Arnold*: Das Werk von Bernhard Collin-Bernoulli, Ein Beitrag zu den Anfängen der Basler Sozialpolitik, Basel 1935.
- Ökonomie und Technik der Güterverteilung, Basel 1938.
- Schär, Johann Friedrich*: Kalkulation und Statistik im genossenschaftlichen Grossbetrieb, Basel 1910.
- Die Genossenschaft im Lichte der wirtschaftlichen und sozialen Kämpfe der Gegenwart, Basel 1912.
- Schär, Oskar*: Richtlinien für die Besteuerung der Konsumvereine, Basel 1912.
- Der bernische Gesetzentwurf über Handel und Gewerbe vom Standpunkt der Konsumgenossenschaft aus beurteilt, Basel 1913.
 - Dr. Hans Müller, Verbandsekretär des VSK 1897-1907, ein moderner Herostrat, Eine Richtigungstellung unbegründeter Angriffe auf den VSK und die Bell-Allianz, Basel 1914.
 - Die verschiedenen Arten von Genossenschaften - Das Genossenschaftsrecht - Die Besteuerung der Genossenschaften, Genossenschaftliche Volksbibliothek, Heft 16, Basel 1925.
 - Zur Ausgleichsteuer, SKV 1938 (Sonderdruck).
 - Konsumvereine und Mittelstand, Basel 1934.
- Schenkel, Conrad*: Referat vor dem Schweizerischen Genossenschaftsbund, Protokoll der Delegiertenversammlung 1898.
- Schnurrenberger, Albert*: Die corporative Organisation des schweizerischen Detailhandels, Diss. Zürich 1927.
- Schwerz, Franz*: Der Kampf um gutes und billiges Brot, Die ältesten Wegbereiter unserer Konsumvereine, Basel 1944.
- Seraphim, Hans-Jürgen*: Vom Wesen der Genossenschaften und ihre steuerliche Behandlung, Neuwied a. Rh. 1951.
- Simonet, Eduard*: Entwicklung und Struktur des schweizerischen Einzelhandels, Diss. Bern 1939.
- Simonet, Fernand*: Le petit commerce de détail, Sa lutte avec le grand commerce de détail, Paris 1937.
- Sombart, Werner*: Der moderne Kapitalismus, München und Leipzig 1921.
- Schlusswort, in «Anthologie des Genossenschaftswesens», herausgegeben von V. Totomianz, Berlin 1922.
- Sperry, Heinrich*: Das Problem der Handelsrationalisierung in grundsätzlicher Beleuchtung, Diss. Genf 1932.

- Stadelmann, Alfred*: Die Beziehungen der Konsumgenossenschaften zur einheimischen Landwirtschaft, Diss. Basel 1940.
- Studienkommission für eine Bundessteuer juristischer Personen*: Grundlagen und Entwurf für eine Bundessteuer der juristischen Personen, herausgegeben vom Eidgenössischen Finanz- und Zolldepartement, Basel 1956.
- Sulzer, G.*: Referat vor dem Schweizerischen Genossenschaftsbund, Protokoll der Delegiertenversammlung 1900.
- Taylor, Fred M.*: siehe *Lange, Oskar*.
- Totomianz, Vahan*: Theorie, Geschichte und Praxis der Konsumentenorganisation, Berlin 1914.
- Anthologie des Genossenschaftswesens, Berlin 1922.
- Tröger, H., und Neumark, F.*: Zur grossen Steuerreform, 2 Vorträge, Hamburg 1953.
- Tschumi, Hans*: Die Stellung des Schweizer Gewerbevereins zur Konsumvereinsbewegung, Ohne Ort, 1913.
- Der Schweizerische Gewerbeverband, Geschichte und Tätigkeit 1879–1929, Bern 1929.
- Veledes*: 50 Jahre Veledes, Solothurn 1950.
- Verband schweizerischer Spezialehändler*: Rückblick 1900–1929, Solothurn 1925.
- Vogel, Rudolf*: Das Abkommen des Verbandes schweizerischer Konsumvereine mit der Grossmetzgerei Bell AG in Basel, Jena 1916.
- VOLG*: VOLG-Festschrift zur Feier seines 25jährigen Bestehens 1896–1911, Brugg 1911.
- VSK*: «Alte Dossiers», Nr. 336, 350 und 385.
- La pénétration coopérative en Suisse, Basel 1948.
 - Die Stellung der Konsumgenossenschaften zu den übrigen grossen Wirtschaftsgruppen der Schweiz, Basel 1948.
 - Aktuelle Genossenschaftsprobleme, Internationale Professorenkonferenz über das Genossenschaftswesen im Genossenschaftlichen Seminar Freidorf, Basel 1952.
 - Die fiskalische Gleichbehandlung der Unternehmungen des Detailhandels (Vervielfältigung), 1954.
- Wälchli, Heinrich*: Die Kalkulation im Einzelhandelsgeschäft, Diss. Bern 1952.
- Weber, Max*: Die Besteuerung der Genossenschaften, Gutachten an das Eidgenössische Finanz- und Zolldepartement (Vervielfältigung), 1947.
- Wegst, Oskar*: Der selbständige schweizerische Lebensmittel-Grosshandel und die Einkaufsgenossenschaften des Lebensmittel-Detailhandels, Diss. Bern 1944.
- Weippert, G.*: Die kulturellen Aspekte des Genossenschaftswesens, Diskussionsvotum, in «Aktuelle Genossenschaftsprobleme», herausgegeben vom VSK, Basel 1953.
- Weisser, Gerhard*: Die Heranziehung von Genossenschaften zu Gewinnsteuern, in «Finanzarchiv», N.F., Bd. 13 (1951/52).
- Wirtz-Burri, Paul*: Kreuz und Quer durch 50 Jahre Selbsterlebtes, in «50 Jahre Veledes», Solothurn 1950.
- Wyss, Annemarie*: Die konsumgenossenschaftlichen Grundsätze in der Schweiz von den Anfängen bis zur Gegenwart, Diss. Basel 1949.
- Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften*: Aufgaben und Anliegen der Konsumgenossenschaften in der Gegenwart, Hamburg 1952.

PERIODICA

a) *Jahrbücher*

Genossenschaftliche Jahrbücher.
 Statistische Jahrbücher der Schweiz.
 Taschenkalender des VSK.

b) *Jahresberichte, Rechenschaftsberichte*

Kolonial-Einkaufsgenossenschaft Burdorf.
 Liga, Einkaufs- und Rabattvereinigung Basel.

Schweizerischer Detaillistenverband, mit Anhang «Statistische Zusammenstellung über die einheitliche und organisierte Rabattmarkenabgabe in der Schweiz».
 Schweizerischer Genossenschaftsbund (Jahresberichte und Protokolle der Delegiertenversammlungen).
 Schweizerischer Gewerbeverband.
 Schweizerische Handelsgesellschaft Zürich-Oerlikon.
 Schweizerischer Rabattverband.
 Schweizerischer Verband der Lebensmittel-Detaillisten (Veledes).
 Usego (Union, Schweiz. Einkaufsgesellschaft, Olten).
 Verband der Genossenschaften «Konkordia» der Schweiz.
 Verband ostschweizerischer landwirtschaftlicher Genossenschaften (VOLG).
 Verband schweizerischer Konsumvereine (VSK).
 Verband schweizerischer Spezialehändler.
 Verein schweizerischer Geschäftsreisender (Jahresbericht 1908/09).

c) Zeitungen, Zeitschriften

Blätter für schweizerische Wirtschafts- und Sozialpolitik (1912).
 Bundesblatt (1937, 1938, 1939).
 Die Ernährung.
 Finanzarchiv (N.F., Bd. 13).
 Genossenschaft.
 Genossenschaftliches Volksblatt.
 Der Grütliener (1914).
 Kompass (1915).
 Lebensmittelhandel.
 Magazin der Wirtschaft (6. Jahrgang).
 Oxford Economic Papers (1950).
 PRO.
 Schweizerische Detaillisten- und Geschäftszeitung (1915).
 Schweizerische Detaillisten-Zeitung.
 Schweizerische Gewerbe-Zeitung.
 Schweizerischer Konsum-Verein (mit Beilage «Kleine Schriften».)
 Schweizerisches Wirtschaftliches Volksblatt.
 Spezialehändler-Zeitung.
 Die Volkswirtschaft.
 Weltwirtschaftliches Archiv (Bd. 63).
 Wirtschaft und Recht (1953, 1954).
 Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen.
 Zeitschrift für handelswissenschaftliche Forschung (1951).

LEBENS LAUF

Ich, Karl Hermann Wunderle, wurde am 15. September 1928 als Sohn von Karl Wunderle, Maschinenmeister, Bürger von Basel-Stadt, und Rosa Wunderle, geb. Pfyl, in Basel geboren. Ich besuchte in Basel die vier Klassen der Primarschule, die erste Klasse der Realschule und vom Frühjahr 1940 an das Realgymnasium, wo ich acht Jahre später die Maturitätsprüfung, Typus B, bestand.

Im Frühjahr 1948 immatrikulierte ich mich an der Universität Basel als Student der Volkswirtschaftslehre. Meine Lehrer waren dort die Herren Professoren Salin, Wagner, Furlan, Simonius, Ruck, Imboden, Brogle, Lewald, Germann, Stachelin, von Dietze und Muschg und Herr Dr. Faucherre, Ehrendozent.

Die vorliegende Dissertation ist auf Anregung und unter der Leitung von Herrn Dr. Faucherre entstanden.

Gegenwärtig bin ich im Verband schweiz. Konsumvereine als Adjunkt des Departements für Presse, Propaganda und Bildungswesen beschäftigt.

